

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**El cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la  
televisión pública en España: análisis y evolución de la oferta  
programática cultural y educativa de TVE**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Almudena Muñoz Gallego**

**Directores**

**José Antonio Jiménez de las Heras**

**Ricardo Jimeno Aranda**

**Madrid**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

El cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la televisión pública en España:  
análisis y evolución de la oferta programática cultural y educativa TVE

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Almudena Muñoz Gallego

DIRECTOR

José Antonio Jiménez de las Heras  
Ricardo Jimeno Aranda



EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DE  
SERVICIO PÚBLICO DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN  
ESPAÑA: ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA OFERTA  
PROGRAMÁTICA CULTURAL Y EDUCATIVA DE TVE



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

Tesis doctoral realizada por:  
**Almudena Muñoz Gallego**

Dirigida por:  
**Prof. Dr. José Antonio Jiménez de las Heras**  
**Prof. Dr. Ricardo Jimeno Aranda**

Facultad de Ciencias de la Información  
Madrid, 2020





Gracias a la Biblioteca y Centro de Documentación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia por haber proporcionado fuentes bibliográficas de inestimable valor para la investigación. En particular, mi afectuoso agradecimiento a Ruth de Lucas Teruel, técnico documentalista y a José Antonio Sánchez Montero, responsable de los Servicios de Documentación de la CNMC por su atención y disposición y por recibirme cada viernes con la mejor de sus sonrisas.

Gracias al Centro de Audiencias de la Corporación de RTVE por haber facilitado documentación imprescindible para llevar a término este trabajo académico. Especialmente, a Roberto Sánchez López, subdirector de Investigación y Marketing de Contenidos y a Pablo Planas, director de Investigación de Medios del Grupo RTVE.

Gracias al grupo de Kantar Media por haber aportado listados de audiencias decisivos para los análisis de programación y su diagnóstico. En concreto, mi reconocimiento a Sandra Martínez, ejecutiva de cuentas de Kantar Media, por su rapidez y comprensión.

Asimismo, un afectuoso agradecimiento al personal docente e investigador y de administración y servicios de la Facultad de Ciencias de la Información y de la Universidad Complutense de Madrid, mi casa estos últimos diez años, que en multiplicidad de ocasiones han mostrado su disposición y apoyo.

Por último, gracias al CAI de Creación Audiovisual para la Investigación y la Docencia de la Universidad Complutense de Madrid. Un magnífico proyecto del incansable profesor Dr. José Antonio Jiménez de las Heras.

Este trabajo de investigación no habría sido posible sin el apoyo incondicional de mi familia. En particular, a mi hermano Víctor, gracias por haber sido mi maestro y por la capacidad de transmitir tu profesionalidad y tu inestimable valor al conocimiento. A mi madre, Margarita, a mi padre, Santiago, por su ayuda y persistencia, y a mi hermana, inigualable artista, Natalia.

Me gustaría agradecer personalmente la confianza y la motivación diaria de María Valdezate, José María Serrano, Hugo G. Pecellín, Bárbara García Medina, Sara Amo y Lidia Amo.

Gracias Juan, por todo tu amor, tu apoyo y tu paciencia.

A mis amigas, Mónica, Natalia, Sandra, Beatriz, Ángela y Stefi.

A mis compañeras, Judit Fernández, Berta Cavilla y Ángel Corona, también a Álvaro Berbel y a Rubén Escobar.

A Mar Marcos, por su profesionalidad y respaldo.

A Javier Picos, a Javier Etayo, a Nacho Calonge, a Leopoldo García y a Pedro Martínez como referentes vitales.

Este trabajo habría carecido de sentido sin la dirección y la confianza de mis dos directores y maestros: José Antonio Jiménez de las Heras y Ricardo Jimeno Aranda.

A mi madre,  
Margarita.

Por todo.



# ÍNDICE

|   |               |
|---|---------------|
| <b>Resumen en castellano .....</b>  | <b>13</b>     |
| <b>Resumen en inglés .....</b>  | <b>15</b>     |
| <br><b>1. PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA .....</b>   | <br><b>17</b> |
| <b>1.1. INTRODUCCIÓN.....</b>   | <b>19</b>     |
| <b>1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVOS.....</b>  | <b>23</b>     |
| <b>1.3. HIPÓTESIS.....</b>  | <b>31</b>     |
| <b>1.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA.....</b>   | <b>33</b>     |
| <br><b>2. SEGUNDA PARTE: .....</b>  | <br><b>41</b> |
| <b>ANTECEDENTES Y CONFIGURACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE LA<br/>TELEVISIÓN EN ESPAÑA. EVOLUCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE CARÁCTER<br/>CULTURAL-EDUCATIVA DE TVE (1956-2004) .....</b> | <br><b>41</b> |
| <b>2.1. LA FASE INICIAL DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA (1956-1975): ...</b>   | <b>45</b>     |
| 2.1.1. Introducción y fundamentos del comportamiento televisivo como servicio<br>público.....   | 47            |
| 2.1.2. El dominio mediático y el régimen franquista.....  | 53            |
| 2.1.3. El nacimiento de la televisión pública española .....  | 56            |
| <b>2.2. EL MEDIO TELEVISIVO DURANTE LA TRANSICCIÓN DEMOCRÁTICA (1975-<br/>1982):.....</b>   | <b>71</b>     |
| 2.2.1. El primer intento de servicio público .....  | 72            |
| 2.2.2. El periodo de transición de Televisión Española.....   | 73            |
| 2.2.3. La expansión del medio televisivo y la programación de carácter generalista y<br>cultural .....  | 81            |
| 2.2.4. El primer intento de democratización de la televisión: el Estatuto de la Radio<br>y de la Televisión de 1980 .....   | 86            |
| <b>2.3. 1982-1996: FIN DEL MONOPOLIO TELEVISIVO EN ESPAÑA .....</b>   | <b>92</b>     |
| 2.3.1. Una televisión político-económica.....   | 92            |
| 2.3.2. Evolución del panorama audiovisual español. La transición en las directrices<br>programáticas y legislativas. ....   | 95            |
| 2.3.3. Una estructura televisiva sofisticada a nivel programático.....  | 100           |
| 2.3.4. Los primeros pasos de la descentralización televisiva: La Ley del Tercer Canal<br>.....  | 105           |
| 2.3.5. La televisión privada: una revolución en el panorama televisivo español....  | 110           |
| 2.3.6. La fragmentación de la audiencia: un punto de inflexión para el modelo<br>programático.....  | 120           |
| <b>2.4. 1996-2004: UNA TELEVISIÓN PÚBLICA EXENTA DE SERVICIO PÚBLICO ...</b>  | <b>135</b>    |
| 2.4.1. Un contexto comunicativo de deficiente credibilidad.....   | 135           |
| 2.4.2. El papel de RTVE en el mercado televisivo. Un modelo de televisión pública<br>insuficiente .....   | 138           |
| 2.4.3. El comportamiento de la audiencia y la programación televisiva en un paisaje<br>audiovisual sin precedentes .....  | 148           |

|  |            |
|--|------------|
| <b>3. TERCERA PARTE:</b>   | <b>155</b> |
| <b>ANTECEDENTES Y CONFIGURACIÓN DE LAS FUNCIONES DE SERVICIO PÚBLICO DE RTVE</b>                                   | <b>155</b> |
| <b>3.1. 2004-2006. Insostenibilidad en el sistema televisivo público: una reforma necesaria</b>                    | <b>163</b> |
| 3.1.1. Un horizonte de esperanza para el servicio público televisivo   | 165        |
| 3.1.2. Los inicios de la reforma de RTVE. La recuperación del espíritu de rentabilidad social televisiva           | 168        |
| 3.1.3. Realidad y resultado del <i>Informe de Expertos</i> para la reforma de RTVE                                 | 181        |
| <b>3.2. 2006. Fin de etapa. Un nuevo modelo de televisión pública</b>  | <b>186</b> |
| 3.2.1. Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal  | 188        |
| 3.2.1.1. Los principios básicos de la nueva regulación   | 189        |
| 3.2.1.2. El cometido de servicio público de la radio y televisión del Estado                                       | 191        |
| 3.2.1.3. Los cambios normativos de mayor impacto   | 194        |
| 3.2.2. Plan de Saneamiento y Futuro  | 199        |
| <b>3.3. La convivencia televisiva en un panorama audiovisual competitivo</b>                                       | <b>202</b> |
| 3.3.1. 2009. Reforma del modelo financiero de la CRTVE para el mantenimiento de la prestación del servicio público | 204        |
| 3.3.1.1. Obligaciones adicionales de Servicio Público para la Corporación de RTVE                                  | 206        |
| 3.3.2. 2010. Un intento para la convivencia estable del sector audiovisual público y privado                       | 208        |
| 3.3.2.1. Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual   | 210        |
| 3.3.3. 2012. Modificación del régimen de administración de CRTVE   | 213        |
| <b>4. CUARTO BLOQUE:</b>   | <b>215</b> |
| <b>CONFIGURACIÓN DE LA CORPORACIÓN RTVE</b>  | <b>215</b> |
| <b>4.1. La CRTVE: actual organización y funcionamiento del Ente televisivo público español</b>                     | <b>221</b> |
| 4.1.1. Objetivos principales   | 221        |
| 4.1.2. Funciones de Servicio Público   | 222        |
| 4.1.3. Estructura y organización   | 224        |
| 4.1.4. Oferta programática de CRTVE  | 225        |
| 4.1.5. Recepción de audiencias de la Primera y Segunda Cadena  | 228        |
| 4.1.6. La estructura financiera de la CRTVE  | 231        |
| 4.1.6.1. Revisión histórica del sistema de financiación de Radiotelevisión Española                                | 232        |
| 4.1.6.2. El sistema actual de financiación   | 233        |
| <b>4.2. Principios básicos de la programación de la CRTVE.</b>   | <b>237</b> |
| 4.2.1. Objetivos de la programación de servicio público  | 237        |
| 4.2.2. Intenciones programáticas por funcionalidad   | 239        |
| <b>4.3. Instrumentos para garantizar el cumplimiento del servicio público de la CRTVE</b>                          | <b>243</b> |
| 4.3.1. El Mandato-marco  | 244        |
| 4.3.2. El Contrato-programa  | 246        |
| <b>4.4. Mecanismos de control: la autoridad audiovisual autónoma y reguladora</b>                                  | <b>248</b> |

|   |            |
|---|------------|
| 4.4.1. El caso de España: una autoridad audiovisual inexistente.....  | 249        |
| 4.4.2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia .....  | 252        |
| <b>5. QUINTA PARTE: .....</b>   | <b>257</b> |
| <b>LA CULTURA TELEVISIVA. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE PROGRAMACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y FORMATIVA EN TVE .....</b>     | <b>257</b> |
| <b>5.1. Misión de la televisión cultural. Motivos de la investigación.....</b>                                      | <b>265</b> |
| 5.1.1. La encomienda cultural como elemento clave del servicio público televisivo .....                             | 268        |
| 5.1.2. Una herramienta pública a disposición de la sociedad .....   | 270        |
| <b>5.2. Programación televisiva de carácter cultural y formativa .....</b>  | <b>273</b> |
| 5.2.1. La intención programática de los contenidos culturales .....   | 276        |
| 5.2.2. Clasificación de la programación televisiva de carácter cultural .....                                       | 282        |
| <b>5.3. Análisis de las líneas estratégicas de programación de carácter cultural y educativo de la CRTVE .....</b>  | <b>292</b> |
| 5.3.1. Concepto de programación cultural-educativa.....   | 293        |
| 5.3.2. Definición del análisis.....   | 298        |
| 5.3.3. Exposición programática de los contenidos culturales de la CRTVE en el año 2016.....                         | 300        |
| 5.3.3.1. Selección de los casos de estudio .....  | 301        |
| 5.3.3.2. Los canales generalistas .....   | 306        |
| 5.3.3.3. Catalogación por género.....   | 320        |
| 5.3.3.4. Horario de emisión .....   | 330        |
| 5.3.3.5. Presencia programática.....  | 338        |
| <b>6. SEXTA PARTE .....</b>   | <b>347</b> |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>   | <b>347</b> |
| <b>6.1. Conclusiones .....</b>  | <b>349</b> |
| 6.1.1. Conclusiones acerca del cumplimiento de servicio público de la televisión pública en España.....             | 349        |
| 6.1.2. Conclusiones en relación a las estrategias de programación cultural en Televisión Española.....              | 354        |
| <b>6.2. Recomendaciones .....</b>   | <b>359</b> |
| 6.2.1. Recomendaciones para la mejora del cumplimiento de servicio público de la televisión pública en España ..... | 359        |
| 6.2.2. Recomendaciones en base a la programación de los contenidos culturales de Televisión Española.....           | 362        |
| <b>7. SÉPTIMA PARTE: .....</b>  | <b>365</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>365</b> |
| <b>7.1. Libros y artículos: .....</b>   | <b>367</b> |
| <b>7.2. Legislación y normativa:.....</b>   | <b>375</b> |
| <b>7.3. Informes:.....</b>  | <b>376</b> |
| <b>7.4. Artículos Online:.....</b>  | <b>378</b> |
| <b>7.5. Datos estadísticos: .....</b>   | <b>379</b> |

|   |         |
|---|---------|
| 7.6. Bases de datos online .....                | 380     |
| 7.7. Principales portales Web consultados:..... | 381     |
| <br>8. OCTAVA PARTE.....                        | <br>383 |
| ANEXO.....                                      | 383     |
| <br>Anexo de datos .....                        | <br>385 |
| Anexo fotográfico.....                          | 399     |



## Resumen en castellano

La televisión pública de un país es el medio de comunicación de referencia para gran parte de las sociedades democráticas. El organismo televisivo de titularidad estatal tiene el propósito de cumplir con las obligaciones de servicio público de informar, formar y entretener desde la calidad comunicativa. La ejecución de esta encomienda se realiza a través de las estrategias programáticas televisivas con el objetivo de alcanzar la rentabilidad social de los ciudadanos. No obstante, el incumplimiento de algunas de sus funciones precipita inevitablemente la no consecución de esta encomienda.

En la presente investigación se ha detectado una carencia de la programación de naturaleza cultural o formativa en la televisión pública de España. La inexistencia de este tipo de contenidos obstaculiza que el medio televisivo público español fomente las capacidades intelectivas de los usuarios y por ende, el desarrollo del pensamiento crítico de los telespectadores. La presente investigación propone el análisis del nivel de cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la Corporación de Radiotelevisión Española. A tal efecto, de forma específica se presentan a examen los contenidos de corte cultural y divulgativo de las dos cadenas generalistas de la CRTVE, La1 y La2. El periodo temporal de análisis es el año 2016 como intervalo particular y característico de reforma para la Corporación de Radiotelevisión Española. Sin embargo, la exposición de esta coyuntura resulta insuficiente sin una revisión histórico-crítica de la consecución de las funciones del servicio público español a lo largo de su historia. De manera que, el trabajo pueda elaborar una perspectiva sólida y facilitar el entendimiento del funcionamiento y de los comportamientos programáticos del organismo público televisivo.

En última instancia, el estudio pretende presentar el estado actual de los contenidos culturales de RTVE y su trayectoria en la ejecución de las funciones programáticas esenciales de servicio público. Asimismo, el trabajo mantiene el objeto de formular un marco de recomendaciones para la mejora del organismo estatal televisivo y

el cumplimiento de las obligaciones de servicio público como encomienda del Estado a la Corporación de Radiotelevisión Española.

## Resumen en inglés

The public television of a country is the media of reference for a large part of democratic societies. The state-owned television organization has the purpose of fulfilling the public service obligations to inform, teach and entertain from the communicative quality. The execution of this assignment is carried out through television programmatic strategies with the single objective of achieving the social profitability of citizens. However, the non-compliance of some of its functions inevitably precipitates the non-achievement of this assignment.

In the present investigation, a lack of cultural or formative programming in public television in Spain has been detected. The non-existence of this type of content hinders the Spanish public television media from promoting the users' intellectual capacities and, therefore, the development of critical thinking among viewers. Therefore, the object of the present investigation proposes the analysis of the compliance of the Spanish Radio and Television Corporation with the public service obligations. To this end, the cultural and informative contents of the two generalist channels of the CRTVE, La1 and La2, are specifically subject to consideration. The analysis period is 2016 as a particular and characteristic reform interval for the Spanish Radio and Television Corporation. However, the exposure of this situation is insufficient without a historical-critical review of the achievement of the functions of the Spanish public service throughout its history. In this way, the work can elaborate a solid perspective and facilitate the understanding of the functioning and programmatic behaviour of the public television organisation.

In the final stage, the study aims to present the current situation of the cultural contents of RTVE and its trajectory in the execution of the essential programmatic functions of public service. Likewise, the work maintains the aim of formulating a framework of recommendations for the improvement of the state television organization and the fulfillment of public service obligations as entrusted by the State to the Spanish Radio and Television Corporation.



# 1. PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA



## 1.1. INTRODUCCIÓN

La televisión, como medio de comunicación, se ha transformado en un activo factor de socialización y, simultáneamente, en una proyección clave en el intelecto de las personas y de la sociedad en general. El impacto de la televisión influye de modo determinante en la creación de los valores sociales y culturales de la ciudadanía. Los públicos, especialmente los de mayor vulnerabilidad tienen una gran permeabilidad ante la pequeña pantalla. El impacto de su programación resulta decisivo para la formación y la construcción de estructuras sociales fuertes y apropiadas que fomenten el debate democrático.

En el escenario audiovisual actual, la televisión pública es el organismo encargado de la emisión de diseños programáticos objetivos y de calidad, de base generalista y con la capacidad de alcanzar el mayor número de individuos. Por consiguiente, el organismo televisivo público español, la Corporación de Radiotelevisión Española, ha recibido la encomienda por parte del Estado del riguroso cumplimiento de las obligaciones esenciales de servicio público como referente en materia de calidad y principal ventana de exhibición cultural.

Desde la perspectiva de su reglamentación, la presentación del medio de comunicación público televisivo se formula como:

Un servicio esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas que tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, “BOE” núm. 134, de 6 de junio de 2006, p. 6.

A partir de la formulación anterior, conviene subrayar que el servicio público de televisión atiende a un gran número de directrices que debe satisfacer mediante los recursos humanos, técnicos y económicos de los que dispone la Corporación de Radiotelevisión Española. Asimismo, los poderes públicos y los órganos de administración de RTVE deben ser conscientes de la encomienda que el Estado ha encargado al organismo de televisión pública desde una perspectiva esencialmente de repercusión social. Consecuentemente, la configuración de líneas estratégicas de programación se convierte en el pilar fundamental para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público del Ente televisivo.

No obstante, la programación de la Corporación de RTVE ha experimentado a lo largo de su historia significativos obstáculos para cumplir con la prestación de las funciones de servicio público. Por esta razón, resulta conveniente recordar el origen de la entidad televisiva pública que, a mediados del s.XX, inició su andadura con el propósito de elaborar contenido de gran valor para los ciudadanos españoles y facilitar a los distintos públicos información, cultura y entretenimiento. Radiotelevisión Española se benefició del monopolio televisivo durante las tres primeras décadas de existencia. Sin embargo, el enfoque programático de los canales generalistas comenzó una displicente transformación a partir de la aparición de las televisiones autonómicas a mediados de los años ochenta y de las televisiones privadas a comienzo de los años noventa. A partir de este periodo se produce un cambio programático en RTVE con el objetivo de mantener las cuotas de audiencias en la primera posición del ranking y competir frente a los nuevos contenidos que producían los operadores privados. La espectacularización de la programación se convirtió en la tendencia predominante de los años noventa y el comienzo del nuevo milenio. Desde entonces, el servicio público televisivo ha padecido una paulatina pérdida de los principios esenciales de la televisión pública a causa de la combativa competencia, la precariedad económica y la incomprensión de la existencia a nivel social y de los poderes públicos de una televisión de servicio público.

Ahora bien, desde sus comienzos la estructura televisiva pública ha experimentado numerosos compromisos que de una manera u otra han impedido el cumplimiento de sus obligaciones esenciales como medio de comunicación de servicio público. Por



consiguiente, el firme objetivo de la CRTVE, como contendiente frente a los modelos de funcionamiento europeos, debe sostenerse en conseguir la independencia política y alcanzar un notable interés colectivo mediante las cuotas de pantalla. La titularidad estatal debe preservarse como una necesidad de primer orden, de manera que se mantengan alejados los intereses comerciales de los organismos privados y se practique la mediatización de la información y el conocimiento a favor de la formación ciudadana. En otras palabras, construir un bien común para la sociedad que satisfaga los derechos y las necesidades colectivas imprescindibles de los ciudadanos. Además, el Ente televisivo público ha de tener un alcance universal y ser accesible a todos los ciudadanos con el propósito alcanzar una considerable rentabilidad social.

Por consiguiente, existe una necesidad perentoria de recuperar la televisión como un medio de comunicación con objetivos culturales. La Corporación de Radiotelevisión Española debe transformarse en el referente mediático de información, entretenimiento y transmisión de los valores culturales democráticos. La pretensión del siguiente argumento se sintetiza en la difusión de contenidos de naturaleza cultural que desarrollen las capacidades intelectivas de los públicos y precipiten el desarrollo crítico de las sociedades contemporáneas. En definitiva, el cometido televisivo consiste en discernir las funciones del servicio público de televisión y ganar distancia con las tendencias programáticas de los operadores privados orientados al sensacionalismo y la espectacularización de los contenidos, sin tener en cuenta el formato. Consecuentemente, el planteamiento de servicio público debe adquirir una posición imperante en la lógica programática ante el escenario audiovisual español y no considerar este concepto como una limitación o un impedimento para hacer frente a la competencia directa de los distintos operadores y dar cumplimiento a las funciones de servicio público.

Esta investigación es pertinente en un contexto de desarrollo tecnológico en el que se ha generado una ruptura en el modelo tradicional de consumo televisivo. Puede ser un momento oportuno para que el sistema de televisión público español diseñe una estrategia adaptativa de sus programaciones y labores regidas desde el conocimiento, la experiencia y, particularmente, desde la perspectiva de servicio público.

En el momento actual, la pluralidad de contenidos y la oferta programática online refuerzan el razonamiento que apoya la existencia de una televisión pública que se mantenga alejada de las perturbaciones del mercado empresarial y del beneficio económico. La necesidad de una rentabilidad económica estable en el Ente público televisivo conlleva una reestructuración de los modelos de programación adaptados a las nuevas tendencias de consumo, pero sustanciando los cimientos de las directrices programáticas en la calidad de los contenidos y no en las cuotas de audiencia. Por consiguiente, resulta conveniente afianzar que el cumplimiento de las funciones de servicio público se lleva a cabo a partir de una financiación estable para el Ente, de las líneas estratégicas de programación y mediante la recuperación de la función formativa y cultural de la televisión. El Ente público televisivo se encuentra en una posición oportuna de recuperar la televisión cultural y convertirse en un referente para toda la sociedad española.

Ante la incertidumbre sobre el futuro de los medios públicos, el siguiente trabajo presenta una apuesta por la viabilidad del Ente televisivo español en el horizonte audiovisual actual en un sentido de rentabilidad social. El cometido de referencia debe abordarse desde el análisis del cumplimiento de las obligaciones de servicio público para asegurar un medio de comunicación que contribuya a la formación de una opinión pública cultivada y atender a fines sociales, educativos e integradores.

## 1.2. OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVOS

El objeto de estudio de la presente investigación es la televisión pública española y su misión como servicio público. En particular, el análisis de la prestación de los servicios referidos a la información, la cultura, la educación y el entretenimiento de la sociedad española, como punto de referencia esencial frente a la pérdida de la función formativa y cultural. La finalidad de la investigación, mediante la exploración de las líneas estratégicas de programación del servicio público español de televisión centrado en el análisis de los contenidos culturales y formativos, es establecer el grado de cumplimiento real de las obligaciones de servicio público y de su rentabilidad social asociada. Estas obligaciones son la representación del papel esencial que el Estado ha otorgado a los medios de comunicación públicos y que se identifican como una necesidad básica para las sociedades democráticas.

Dentro de los diferentes operadores públicos de televisión, nuestro estudio se centra en concreto en la Corporación de Radio Televisión Española (en adelante CRTVE) y en sus diferentes canales tecnológicos y servicios interactivos correspondientes. El servicio de radiodifusión (RNE) es presentado como el medio de comunicación de servicio público que configura la Corporación de RTVE, pero no se contempla en el objeto de estudio de esta investigación. Algo semejante sucede con las televisiones autonómicas públicas, que reciben un tratamiento como parte significativa en el estudio y evolución de la historia de televisión en España, pero no son analizadas como parte del trabajo. Por lo que se refiere a los canales de estudio de la Corporación de RTVE se examinan en la investigación las cadenas de corte generalista La1 y La2 y se excluyen los canales temáticos e informativos, Canal 24 horas, Clan y Teledeporte.

Con la intención de esclarecer el cumplimiento real de las funciones fundamentales como servicio público televisivo de la CRTVE se tendrá en cuenta también la naturaleza de su configuración actual, estructura, funcionamiento, órganos y financiación. Asimismo, se tendrá en cuenta el papel del organismo regulador competente

y de carácter autónomo del servicio audiovisual español: la Comisión Nacional de los Mercados y las Competencias.

Igualmente, como se pone de manifiesto en el título, el estudio se centrará en particular en su oferta de programación cultural y educativa. El objetivo principal es evaluar aquellos contenidos televisivos que posean como función principal la formación de las audiencias a través de la transmisión y difusión de contenidos culturales. Con la pretensión de contribuir al entendimiento del presente objeto de estudio resulta necesario acotar y definir conceptos básicos para poder avanzar en la investigación y precisar el significado y el alcance que tienen dentro de nuestro trabajo. Resulta fundamental el concepto que se atiende de “cultura”, y por consiguiente de “televisión cultural” y “programación cultural”. Por su importancia y por la necesidad de una clasificación y modelización que forma parte del propio trabajo de investigación y, por lo tanto, de nuestra aportación, la evolución del concepto referido se incluye dentro del desarrollo de la tesis como elemento introductorio en el que se exponen además distintas clasificaciones de la programación televisiva correspondientes a esta vertiente de contenido.

En un marco temporal, el estudio se centrará de modo general en la etapa que da comienzo en 2004, en que se redefinen las funciones de servicio público de RTVE, que se mantienen vigentes hasta la actualidad, y particularmente, enfocar la investigación de casos concretos del análisis específicos de la programación del año 2016. Esta fecha resulta de especial relevancia puesto que marca la expiración de la vigencia del Mandato-marco de la Corporación de RTVE, documento que establece los objetivos generales para la prestación de servicio público y las líneas preferentes de programación, al igual que las fuentes de financiación disponibles. Este hecho expuesto es la justificación científica de la elección de dicho año para el trabajo de campo, aunque complementariamente puede tenerse en cuenta que el año 2016 es una fecha especialmente simbólica por suponer el sesenta aniversario del nacimiento de Televisión Española, lo que invita a plantear esa reflexión de modo global. En el Mandato-marco se presenta la necesidad de servicio público como:

La función esencial para la comunidad y la cohesión de la sociedad, y queda reflejada en una serie de situaciones tales como producir contenidos de

todos los géneros y destinados a satisfacer necesidades de información, cultura y entretenimiento de la sociedad española: difundir su identidad y diversidad cultural; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos<sup>2</sup>.

En este marco temporal, la investigación se centrará en las transformaciones generales y específicas del mercado audiovisual en los años posteriores, que serán analizados con la intención de identificar los efectos suscitados en el sistema televisivo público a través de las vías legislativas, las fórmulas de financiación y el comportamiento del resto de operadores televisivos y otros competidores en contenidos. En su parte más específica y empírica, la investigación deriva hacia un análisis concreto de los contenidos culturales emitidos, con la designación de un número específico de casos de estudio seleccionados por su nivel de repercusión en base a las cuotas de audiencia y su tendencia en el fomento de la cultura.

No obstante, resulta imprescindible incluir una aproximación histórico-crítica a la evolución del modelo público de televisión desde el nacimiento de TVE en 1956, para favorecer al entendimiento de la adecuación entre la misión de servicio público y su comportamiento real, con una especial atención a la evolución de la programación cultural y educativa. La radiografía del panorama audiovisual televisivo a lo largo de estos casi sesenta años de historia procura a la investigación un bagaje histórico necesario para comprender el modelo actual del que dispone la Corporación RTVE y facilitar la comprensión del contexto de nuestro caso de estudio.

Consecuentemente, una de las pretensiones de la presente investigación es establecer el grado de cumplimiento de la función de servicio público de RTVE en lo referido a la programación de carácter cultural y formativa. Con respecto a las perspectivas de futuro y a partir de las reflexiones procedentes del análisis de las líneas estratégicas de programación cultural de la CRTVE. El otro gran objetivo consiste en plantear una serie de recomendaciones con la pretensión final de contribuir a la mejora de la calidad de la programación cultural y educativa. En definitiva, este trabajo pretende ser

---

<sup>2</sup> Mandato-marco a la Corporación de RTVE. Lunes 30 de junio de 2008. “BOE”, núm. 157. p. 28834.

una herramienta de transferencia para la mejora en los niveles de cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la televisión estatal en España.

La principal dificultad en el momento de abordar el estudio del concepto de programación cultural resulta de la inexistencia de una definición generalizada y aceptada del término *cultura*. En este sentido, es comprensible que la dificultad de un término de tal envergadura pueda ser formulado en una definición concisa y abreviada, además de, la multiplicidad de perspectivas que se prestan desde las distintas disciplinas del saber.

Con todo, nuestra intención es presentar un panorama de acepciones del término de análisis que nos permita sustraer una visión integral del concepto de cultura que, posteriormente, se pueda aplicar al medio de comunicación de nuestro objeto de estudio, la televisión pública y su programación.

En palabras del investigador Francisco Rodríguez Pastoriza existe una tradicional noción de cultura, que concibe el término como:

Un conjunto ordenado y construido de conocimientos, creencias, códigos morales, leyes, costumbres y otras habilidades adquiridas por el hombre, que le permiten desarrollar el sentido crítico, el gusto y el juicio, y situarse en el espacio, en el tiempo y en la sociedad<sup>3</sup>.

A partir de esta definición resulta conveniente exponer la complejidad para establecer las fronteras entre los distintos elementos que componen la definición, pues los apartados se presentan como conceptos inconmensurables y cambiantes. El dinamismo que los términos atribuyen a la realidad social confiere a la definición de cultura un estado de permanente inestabilidad.

La *Real Academia Española* considera que la cultura es “un conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”, además de “un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”<sup>4</sup>. A pesar de su brevedad, el significado de cultura se presenta, ante todo como un elemento indispensable para el desarrollo del sentido y del juicio crítico de las sociedades contemporáneas.

---

<sup>3</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa. p. 15.

<sup>4</sup> Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=BetrEjX>

Es por esto que, sustraemos el carácter formativo y educativo de lo que representa lo catalogado como cultural, un contenido que propicia el desarrollo de las capacidades intelectivas del hombre. Por consiguiente, resulta indispensable exponer la trascendencia de la acepción que George Steiner expone en los textos de *Cultura y Televisión* de Francisco Rodríguez Pastoriza en los que afirma que:

Una auténtica cultura es aquella en la que existe una búsqueda explícita de la educación en sí misma, fundada en la comprensión, el placer, la transmisión de lo mejor que la razón y la imaginación han producido en el pasado y producen en la actualidad<sup>5</sup>.

Los medios de comunicación se han convertido en una herramienta de transmisión de contenidos culturales, pero esta transferencia se ha realizado a través del lenguaje mediático, se han transformado los modelos comunicativos y la televisión ha adquirido la denominación de industria cultural de un instrumento por su naturaleza creador de cultura. Es por esto que, el espectador comienza una recopilación de significados cuando se somete a los contenidos de la pequeña pantalla y elabora una serie de interpretaciones a través de las cuales genera una dimensión cultural propia. En esta cuestión se debe destacar que el nivel de diversidad cultural puede afectar directamente en el sentido de propiciar una sociedad en mayor o menor grado participativa. Por añadidura, uno de los principales papeles de la cultura es ofrecer cobertura a los distintos elementos y rasgos<sup>6</sup> que conforman la pluralidad de la sociedad española. Existe empero, una corriente cultural anglosajona procedente de EEUU que parece haber acaparado la atención de las tendencias mediáticas mediante un posición hegemónica en gran parte de los países. Con todo, elementos culturales como las tradiciones, las costumbres o los estereotipos comienzan un proceso de estandarización que alteran las preferencias de consumo. En este sentido, se origina una homogeneización de las programaciones, y por ende a nivel cultural, que perjudica gravemente la identidad de cada comunidad y la diversidad cultural como patrimonio común de la humanidad<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 16.

<sup>6</sup> Este tipo de factores se tratan de: diferencias étnicas, lingüísticas, socioeconómicas, etc..

<sup>7</sup> Boix Palop, A. y Pereiro Cárceles, M. "La regulación tradicional de los medios audiovisuales frente a la diversidad cultural" en Francés I Domènec, M. y Orozco Gómez, G. (2017). *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*, Madrid: Síntesis, pp. 25-26.

En lo referido a las distintas perspectivas acerca de la rentabilidad de la cultura a través de los medios de comunicación, en concreto de la televisión, cabe destacar dos vertientes que presentan claras divergencias. Este suceso aporta una mayor complejidad para la especificación de los tratamientos más especializados en el Ente público televisivo.

En primer lugar, en un sentido explícito se presenta la visión apocalíptica, herederos de la cultura de masas de la Escuela de Frankfurt, que interpretan este fenómeno como "un mensaje efímero, emitido por un grupo reducido de comunicadores a un receptor masivo, disperso y anónimo, a través de un medio centralizado, del que la televisión sería el paradigma"<sup>8</sup>. En este sentido, la visión apocalíptica concibe la percepción de los contenidos para el desarrollo del intelecto como una cultura menor, como un abandono y una despreocupación de los valores y del conocimiento, de manera que, se sitúa a la misma altura la cultura clásica (literatura, arquitectura, filosofía, etc.) al nivel de las tendencias de reciente creación, no legitimadas mediante los cánones clásicos. Los herederos de la escuela de Frankfurt, entienden que la decodificación del lenguaje verbal se produce a través de exigentes operaciones analíticas y que la lectura desarrolla la abstracción, la lógica y la racionalidad. No obstante, para la decodificación de la imagen se recurre de forma automática a la intuición y a la emoción provocando una exacerbación del subjetivismo<sup>9</sup>.

Como contrapartida, con respecto a una visión incompatible con los herederos de la Escuela de Frankfurt, en segundo lugar se presenta una vertiente que confía en el medio televisivo como creador cultural, como herramienta de difusión al servicio de la sociedad que puede garantizar, mediante un uso adecuado de sus espacios y de sus contenidos, el desarrollo de la opinión crítica y el fomento de la cohesión social, la Escuela de Birmingham<sup>10</sup>. Los partidarios de esta percepción de la transmisión cultural confían en las potencialidades de la televisión como medio de creación, en concreto, de disciplinas como la información y la formación. La capacidad de llegar mediante el mensaje televisivo a

---

<sup>8</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 18.

<sup>9</sup> *Ibíd.* p. 30.

<sup>10</sup> Beverley, J. (1996). Sobre la situación actual de los estudios culturales. *Asedios a la heterogeneidad cultural*, p. 457.



inconmensurables cifras de telespectadores como un método de transmisión inigualable en otras disciplinas de la comunicación.

En este sentido, surgen corrientes de pensamiento que afirman la incompatibilidad de la cultura de *elite* con el medio de comunicación televisivo<sup>11</sup>. En un contexto sintomáticamente representado por la simplificación de la cultura para el disfrute de inmensas masas de audiencias de formación indeterminada, de manera que se pone en duda la calidad de la cultura en difusión. Por consiguiente, algunos pensadores consideran que existe una tendencia que tiende a banalizar los elementos sublimes de la cultura en sustitutivos para el deleite y la comprensión de las masas populares.

A partir de las vertientes partidarias y contrarias de la televisión como creador cultural se alcanza el dictamen de que se debe realizar un trabajo conjunto para mitigar las diferencias sociales respecto al alcance igualitario de la cultura. En otras palabras los medios de comunicación pueden ofrecer mediante el aprovechamiento de las potencialidades de sus dimensiones comunicativas, una cobertura de contenidos culturales y educativos que resulten provechosos para las audiencias. Este tipo de actuación puede ponerse en práctica independientemente de las cualificaciones de los distintos grupos receptores.

En líneas generales, el enfoque de nuestra investigación se inclina hacia una tendencia de la televisión como instrumento de transmisión de la cultura, de manera que ejerce una función dinamizadora entre las distintas formas de cultura que las comunidades pueden ofrecer en sociedades que se encuentran en constante evolución e interacción. Una experiencia transversal en la que tengan cabida contenidos de carácter cultural que alcancen el desarrollo de las capacidades del intelecto de los espectadores y concedan una formación para propiciar los espacios de reflexión de las sociedades contemporáneas.

---

<sup>11</sup> Maluquer, C. L. y Franch, L. A. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 10, n.º 62, p. 4.

La relevancia de afirmaciones como la siguiente, elaborada por Francisco Rodríguez Pastoriza, refuerzan la postura de la investigación en la reflexión de la televisión pública como creadora indispensable de cultura:

Como institución pública, la televisión tiene una función de gran responsabilidad cultural que consiste en proyectar la imagen del país y de sus actividades. El sistema televisivo de cada país refleja su contexto histórico, político, social, económico y cultural. De ahí que en el campo de la cultura, sobre todo en las televisiones públicas, la programación tenga la obligación de propiciar foros de debate y de facilitar la crítica social, incluyendo la suya propia como medio, así como de ofrecerse a las fuerzas culturales, sobre todo a las minoritarias, como plataforma divulgadora de sus creaciones y opiniones<sup>12</sup>.

Este tipo de reflexión nos ofrece un enfoque de la televisión que no solo se muestra como herramienta de transmisión si no como espacio creador.

Ahora bien, con todo, este deseo debe traducirse en material tangible, en contenidos para el mundo real. La programación ocupa ahora nuestro objeto de estudio, un concepto que funciona como una simbiosis entre la forma y la sustancia, entre el diseño y el contenido desde la visión de quien conoce la necesidad de lo elaborado y su función formadora y de quien toma conciencia de las potencialidades que el medio televisivo pone a disposición de la ciudadanía. Por consiguiente, el presente trabajo de estudio ha elaborado unas fronteras programáticas que desde una perspectiva propia procuran una diferenciación entre los contenidos informativos, culturales y de entretenimiento.

---

<sup>12</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 26.

### 1.3. HIPÓTESIS

Desde hace décadas, se ha establecido un debate en relación a los servicios programáticos de la televisión pública. La estructura funcional de la Corporación de RTVE requiere de una organización compleja, altas necesidades de producción y de un robusto sistema de financiación. Sin embargo, la aparición de innumerables ofertas televisivas y de vídeo han producido un descenso imparable y continuado en las audiencias de la televisión pública. Por consiguiente, en los últimos años se han formulado diferentes premisas y reflexiones en relación a la necesidad de la existencia de una televisión pública en España.

No obstante, la polémica instaurada entre los poderes públicos y la sociedad española acerca de la existencia del medio televisivo estatal carece de sentido desde la perspectiva de que ninguna televisión ofrece los contenidos a nivel de objetividad y calidad que debiera la Corporación de Radiotelevisión Española. De manera que, el medio de comunicación público televisivo tiene la obligación de configurar sus objetivos programáticos en línea con la rentabilidad social ciudadana como una necesidad de primer orden.

A partir de la revisión histórico-crítica de la trayectoria televisiva en España, se ha determinado una reconversión imparable de los contenidos de corte cultural en la televisión generalista. Por consiguiente, la transgresión de una de las tres principales funciones televisivas del organismo, la información, el entretenimiento y la formación, precipitan el incumplimiento de las obligaciones de servicio público de la Corporación de RTVE. Cabe mencionar, como los géneros informativos y de entretenimiento carecen de manera prioritaria de la función educativa y formativa fundamental que ofrecen los contenidos de carácter cultural.

Por ende, la hipótesis que se formula manifiesta que:

*La prestación de las obligaciones de servicio público por parte de la Corporación de RTVE solo es posible mediante la redefinición de las estrategias de programación de carácter cultural y educativo.*

De manera que, mientras los contenidos culturales no adquieran una posición estratégica en la integridad de sus programaciones, no podrá lograrse el propósito de contribuir al cumplimiento de las funciones de promoción del pensamiento crítico y del debate social asignado a la televisión pública.

En último término, ante el cambio de paradigma en las tendencias de consumo televisivo en España, se propone la apertura de una ventana de oportunidad para que la televisión pública española profundice a raíz de su redefinición programática en sus funciones como servicio público esencial.

## 1.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

El objeto de estudio de la presente investigación se ha abordado mediante la utilización de una metodología diversa y comprende un análisis a nivel cualitativo y cuantitativo.

En primera instancia, conviene mencionar como el trabajo académico presenta una revisión histórico-crítica que se ha llevado a término mediante un análisis de los agentes de cambio que han condicionado las decisiones y las directrices del comportamiento del Ente televisivo público a lo largo de su trayectoria. El análisis se ha llevado a cabo en lo referente a la definición de las funciones del organismo televisivo como encomienda de servicio público. Con la pretensión de alcanzar la información de mayor fiabilidad y exactitud se ha recurrido a bibliografía específica para obtener un desarrollo en profundidad del objeto de estudio. La identificación de los momentos de mayor transcendencia mediática en la historia de España han resultado imprescindibles para la construcción del discurso televisivo y se han desarrollado a través de material de diferentes historiadores de reconocido prestigio como Enrique Bustamante, Manuel Palacio, M<sup>a</sup>. Antonia Paz o Julio Montero. Asimismo, se ha efectuado una revisión de los distintos documentos legislativos como referentes normativos para identificar los principales cambios reglamentarios en el panorama audiovisual español. Resulta pertinente la revisión del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980, la Ley del Tercer Canal de 1983 o la Ley de la Televisión Privada de 1988.

En el siguiente bloque de análisis, el estudio expone las principales motivaciones que culminan con la principal reforma legislativa para la televisión pública española, la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Por consiguiente, se configura como una tarea indispensable examinar los antecedentes sociales y normativos de la CRTVE desde el comienzo de la redefinición de sus funciones a partir del año 2004 en un sentido de rentabilidad social y estrategias programáticas. En este contexto marcado

sintomáticamente por barreras empresariales y gubernamentales, el trabajo académico ha procedido al examen de informes y textos legislativos de gran valor para el trabajo como el Informe elaborado para la reforma de RTVE por el “Comité de Expertos”<sup>13</sup>. Conviene mencionar que, entre las fuentes además, se han contrastado distintas informaciones publicadas en la prensa escrita y online del momento.

Una vez estudiado el panorama televisivo a lo largo de sus más de sesenta años se ha procedido a la presentación de la estructura funcional del organismo público televisivo: la Corporación de Radiotelevisión Española. Por consiguiente, se ha propuesto un análisis estructural tal y como formula en sus textos Barry Wellman:

“Es una forma comprensiva y paradigmática de considerar la estructura social de una manera seria, a partir del estudio directo de la forma en que los patrones de vinculación asignan los recursos en un sistema social. Por tanto, su fuerza radica en la aplicación integrada de conceptos teóricos, maneras de obtener y analizar datos, y un creciente y acumulativo corpus de hallazgos sustantivos”<sup>14</sup>.

Expuesto lo anterior y con el objetivo de entender la operatividad del centro televisivo se ha llevado a término una descripción de sus propósitos, estructura, oferta programática y una exposición de las históricas audiencias de los canales de estudio. Por otro lado, se ha realizado una exposición del modelo financiero que mantiene el Ente televisivo en la actualidad con la pretensión de comprender el comportamiento económico del organismo. Por consiguiente, con el propósito de garantizar los datos y las normativas vigentes se ha acudido de forma reiterada a la ubicación Web de la CRTVE, *rtve.es*.

A nivel programático se ha cumplido una revisión exhaustiva de los principios de programación establecidos para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público. Adicionalmente, se ha analizado la bibliografía existente a nivel cualitativo en forma de artículos y libros de publicaciones recientes. En este sentido, conviene mencionar que el Centro de Documentación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

---

<sup>13</sup> Resulta conveniente mencionar documentación como el Informe para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad Estatal, la Ley 2009 para la reforma del modelo de financiación de RTVE o la Ley General Audiovisual de 2010.

<sup>14</sup> Wellman, B. (2000). El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia. *Política y sociedad*, vol. 22, p. 13.

ha proveído a nuestra investigación de múltiples informes y documentos de actualidad como organismo regulador del sector audiovisual muy valiosos para el análisis. Por último, el apartado contiene una exposición en lo referente a sus funciones como autoridad audiovisual autónoma encargada del control y el cumplimiento de las obligaciones de servicio público de CRTVE. Con motivo del mencionado análisis se han producido *ex profeso* numerosas visitas de forma presencial y periódica a la institución.

Una vez identificada la televisión cultural como objeto específico de estudio se procede a un análisis sobre las distintas nociones del concepto de cultura y las diferentes programaciones culturales a nivel televisivo. En este sentido se han utilizado como referentes teóricos investigadores como Francisco Rodríguez Pastoriza o Juan Manuel Pérez Tornero. Con motivo del estudio de la programación de carácter cultural y formativa de la Corporación de RTVE se han revisado las variadas clasificaciones por género y formatos televisivos culturales como las aproximaciones realizadas por M.<sup>a</sup> Luisa Sevillano o Soledad Ruano. De manera que, con el propósito de acudir a las fuentes de mayor precisión en el ámbito cultural se ha rescatado bibliografía concreta sobre dicho aspecto y se han contrastado diferentes aproximaciones al concepto de cultura<sup>15</sup>. En lo referente a los estudios de programación cultural se han considerado distintos análisis de programación en relación con las cadenas generalistas públicas.

Con la intención de una mayor concreción del objeto de análisis se determina el año 2016 como periodo temporal de estudio de campo de la programación. La elección del año 2016 viene motivada porque es el año de terminación de la vigencia del Mandato-marco, herramienta clave para valorar el cumplimiento de las funciones de servicio público de la CRTVE<sup>16</sup>. Asimismo, se lleva a cabo la construcción de una definición propia de lo que se va a considerar como contenido cultural audiovisual *ex profeso* para el análisis de la programación de los doce meses del año referido.

Por consiguiente, resulta necesario categorizar una selección de casos de estudio lo más próxima a los contenidos televisivos culturales de mayor presencia programática en

---

<sup>15</sup> Bibliografía específica de autores como Juan Francisco García Casanova y Juan Manuel Casado Salinas.

<sup>16</sup> El Mandato-marco se elaboró en el año 2007 con una vigencia de hasta nueve años con la intención de establecer los objetivos generales de la Corporación a medio y largo plazo.

la Corporación de RTVE. Con el objeto de llevar a término este trabajo se ha realizado un análisis cuantitativo para poder establecer una comparación teórico práctica entre el planteamiento legislativo formal y su aplicación en la programación. Por lo tanto, se han utilizado técnicas de software, como Excel y SPSS, con el objetivo de poder concretar evidencias de especial interés para el estudio y su posterior interpretación. Los datos, de un valor inestimable para la investigación, han sido proporcionados por el Departamento de Audiencias de RTVE y por el mayor organismo de medición de audiencias en España, Kantar Media. De manera que, se han dispuesto de tabulaciones categorizadas por cuotas de audiencias, géneros, horarios de emisión y minutos emitidos con el objeto de alcanzar el cálculo de los criterios identificados. Los programas seleccionados para el estudio se han delimitado mediante un elemento decisivo: la cuota de pantalla y su cumplimiento como programas de carácter cultural.

Por último, resulta conveniente mencionar, como la selección de programas y la construcción de la definición de programación cultural no habría sido posible sin el cuantioso visionado de formatos divulgativos y culturales a través del servicio de televisión *A la carta* de rtve.es. De manera que ha sido utilizada una metodología basada en el análisis de contenido entendida por José Luis Piñuel<sup>17</sup> como:

“Un conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas, a veces cualitativas, tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior”.

A continuación, se expondrá brevemente la estructura metodológica dispuesta para los parámetros que conforman el análisis de contenido.

En primer lugar, el canal en el que se encuentra la muestra representativa. En particular, el estudio de los perfiles programáticos según la cadena, en el caso específico de la investigación, La1 y La2. El propósito del análisis consiste en explorar las líneas estratégicas de programación de la Corporación RTVE de sus dos emisoras de televisión

---

<sup>17</sup> Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, vol. 3, n.º 1, p. 2.



generalista. De manera que, el planteamiento resultante de la prospección extraiga el papel cultural y educativo que ambas cadenas desempeñan en relación al objeto de estudio específico.

En segundo lugar, el género y la especialidad a partir del cual se engloba la clasificación de los contenidos culturales y educativos de las cadenas que conforman nuestro planteamiento. La intención del análisis pretende identificar cómo son los programas y formatos de mayor audiencia en relación a su catalogación como programación cultural y establecer un marco comparativo a partir del porcentaje total de los géneros programáticos.

Como tercer parámetro, el análisis comprende el horario en el que se encuentran la programación cultural de mayor audiencia y como son los contenidos en relación al itinerario de emisión. Razón por la cual, la realización de una evaluación del cronograma televisivo aporte a la investigación información relacionada con el interés programático de las cadenas. Conforme a las nomenclaturas televisivas, serán aplicadas las franjas horarias estandarizadas por los operadores televisivos nacionales<sup>18</sup>.

En último lugar, con la intención de finalizar el análisis programático se pondrá en valor la presencia de los contenidos culturales en el total de la programación televisiva generalista de la CRTVE en el año específico de estudio. El objetivo final de este parámetro persigue esclarecer la frecuencia de los contenidos a partir del número de emisiones de la muestra representativa.

Por consiguiente, con el propósito de alcanzar el cometido de análisis que expone el apartado metodológico se ha desarrollado una minuciosa selección de los documentos, datos y fuentes bibliográficas para materializar de forma fidedigna los resultados de la revisión programática de los casos de estudio que han sido seleccionados para la investigación.

---

<sup>18</sup> Las franjas horarias estandarizadas son expuestas de forma individualizada en el apartado de estudio que se menciona. Cabe señalar, que se han extraído los periodos temporales del *Glosario y definición de las unidades de audiencia de TV* extraído de la página oficial de Barlovento Comunicación. Recuperado de: <https://www.barloventocomunicacion.es/glosario-audiencias-tv/>.

Desde una visión cualitativa y con el firme propósito de realizar una interpretación de la pretensión programática de carácter cultural de la Corporación RTVE hemos basado la revisión en documentación oficial que abarca el periodo temporal exclusivo del objeto de estudio.

En primer lugar, resulta indispensable una evaluación de los instrumentos legislativos responsables para garantizar el cumplimiento de servicio público: el Mandato-marco<sup>19</sup> y el Contrato-programa. Ahora bien, como se ha mencionado en apartados anteriores, desde la aprobación de la Ley 17/2006 de la *Radio y la Televisión de Titularidad Estatal* no se ha llevado a cabo, por parte del Gobierno y de la Corporación RTVE, la elaboración del Contrato-programa. Es necesario recalcar que, la inexistencia de este documento genera una coyuntura de mayor imprecisión en el análisis debido a que no existe un referente fundamental de las acciones específicas de actuación para la programación del servicio público televisivo.

En segundo lugar, con la intención de complementar la interpretación del análisis de las variables se ha considerado documentación oficial elaborada por el servicio público televisivo y que se encuentra a disposición ciudadana en el portal de transparencia de la Corporación a través de *rtve.es*<sup>20</sup>. En primer lugar, se efectuará una revisión de la Memoria 2016, sobre el *Cumplimiento de las funciones de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa*<sup>21</sup> que contiene información detallada sobre los objetivos programáticos del medio televisivo. Y en segundo lugar, la revisión del *Cumplimiento del Mandato-marco a*

---

<sup>19</sup> Primer Mandato-marco a la CRTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal aprobado por el pleno del Congreso de los Diputados en su sesión del 11 de diciembre de 2007 y por el pleno del Senado en su sesión del día 12 de diciembre de 2007. BOE núm. 157, lunes 30 de junio de 2018. Cabe destacar, que a fecha de 2019 no se ha producido la renovación de este documento cuya renovación quedó establecida con una periodicidad de nueve años.

<sup>20</sup> El portal de transparencia de RTVE pone a disposición del ciudadanos las normativas y los documentos vigentes en relación al funcionamiento, programación, estructura y modelo económico de la Corporación RTVE.

<sup>21</sup> Documento elaborado por la CRTVE sobre el *Cumplimiento de las funciones de Servicio Público y de Responsabilidad Social Corporativa (años 2014, 2015 y 2016)*. Recuperado de su página Web como documentación de carácter pública: <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

la Corporación RTVE del año 2016<sup>22</sup> que dispone de programación específica destinada para cada función de servicio público.

Por último, conviene tener en consideración los trabajos realizados por el órgano regulador competente del cumplimiento de las funciones de servicio público de RTVE, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. En particular, los estudios elaborados para el *Informe sobre el Cumplimiento de las obligaciones de Servicio Público por la CRTVE y su financiación en los años 2015 y 2016*<sup>23</sup>.

Desde el punto de vista cuantitativo, se han utilizado los datos alfanuméricos necesarios de la programación cultural de la Corporación RTVE del año específico de estudio<sup>24</sup>.

En definitiva, el diseño de la estructura metodológica comprende los aspectos indispensables para exponer las intenciones programáticas que la CRTVE ostenta en relación a la programación cultural y educativa. Resulta imprescindible, la elaboración de un diagnóstico fidedigno a partir de las informaciones de carácter oficial y los datos reales de la programación televisiva. El trabajo ha considerado que el modelo de análisis propuesto armoniza adecuadamente los parámetros identificados con la labor cultural de la programación televisiva.

---

<sup>22</sup> Documento elaborado por la CRTVE acerca del Cumplimiento del Mandato-marco a la Corporación de RTVE en el año 2016.

<sup>23</sup> Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Informe sobre el Cumplimiento de las Obligaciones de Servicio Público por la Corporación de Radio y Televisión Española y su Financiación años 2015 y 2016, publicado el 27 de marzo de 2018, MSP/CNMC/001/2016

<sup>24</sup> Tal y como hemos mencionado con anterioridad del Departamento de Audiencias de la Corporación RTVE y de Kantar Media.



## 2. SEGUNDA PARTE:

ANTECEDENTES Y CONFIGURACIÓN  
DEL SERVICIO PÚBLICO DE LA  
TELEVISIÓN EN ESPAÑA. EVOLUCIÓN DE  
LA PROGRAMACIÓN DE CARÁCTER  
CULTURAL-EDUCATIVA DE TVE (1956-  
2004)



Y “la cosa misma” es aquí la televisión, un ente relativamente nuevo –aún no tiene un siglo de existencia-, entre los entes que actúan en nuestro Mundo. Un ente que, indiscutiblemente, ha de formar parte del campo del que se ocupa la Ontología, al menos en la medida en la cual la Ontología se ocupa del desciframiento del “logos del ente”. Un ente que no reduce a su condición de “tecnología de transmisión electromagnética de imágenes”; porque lo que constituye el ente televisivo, además de esta tecnología, por supuesto que desempeña el papel de un núcleo, es un cuerpo de instituciones (redes de postes repetidores, satélites, edificios, actores, guionistas, burócratas...) que envuelven al núcleo y orientan su desarrollo en direcciones y morfologías que, por sí mismo, el núcleo no hubiera desarrollado jamás. Podríamos decir que el ente televisivo es, en cuanto ente nuevo, un “sistema” constituido por un núcleo tecnológico y un cuerpo institucional que se mantienen entre sí en constante interacción, que determina su desarrollo conjunto<sup>25</sup>.

*Gustavo Bueno*

---

<sup>25</sup> Bueno, G. (2000). *Televisión: Apariencia y verdad*. Barcelona: Biblioteca Económica Gedisa. p. 12.





## 2.1. LA FASE INICIAL DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN ESPAÑA (1956-1975):

El medio televisivo público en España, como principal herramienta de comunicación, ha sido indiscutiblemente resultado de los procesos de orden político, económico y social que ha experimentado España en las últimas décadas. Esta investigación tiene la responsabilidad de detenerse en los cambios legislativos y de disposición pública que afectan directamente al Ente público televisivo. Además de, necesariamente, analizar los impactos que experimenta el medio de comunicación en relación con los períodos políticos y sociales que se suceden en la historia de nuestro país.

Por consiguiente, conviene subrayar, la evolución que ha tenido lugar en las funciones de la televisión pública en lo referente a su encomienda como medio de comunicación de servicio público. De manera que, a lo largo de la revisión histórico-crítica del siguiente apartado se alcance el entendimiento de los distintos factores que han configurado las líneas estratégicas de programación que conocemos en la actualidad. Se debe agregar que, el objeto específico de estudio de la presente investigación se focaliza en las líneas programáticas de carácter cultural como contenido fundamental para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público. No obstante, el apartado tiene el compromiso de presentar los factores de diverso orden que han repercutido en la programación, en el funcionamiento de la televisión pública y en la configuración del panorama televisivo español.

Una de las características más constantes ha sido precisamente la utilización política de la televisión pública. El historiador Juan Manuel Herreros ha reflejado la anterior declaración en las siguientes afirmaciones :

Clara prueba de la influencia social y política de la televisión es el mal disimulado interés que el poder –público y privado- tiene por controlarla. Estamos ante un medio capaz de congrega a una masa ingente de personas de todos los órdenes sociales, económicos y culturales, así como de condicionar desde

el voto hasta las tendencias consumistas de los ciudadanos. Esta realidad es la que históricamente ha explicado la fuerte intervención pública sobre la actividad televisiva<sup>26</sup>.

Por todo esto, el control y la influencia de terceros debe mantenerse a una distancia racional del poder y de la capacidad de difusión que supone el medio televisivo. Y, en concreto, el organismo televisivo público tiene que reforzar su posición de servicio público a través de sus líneas estratégicas de programación lejos de competencias privadas y presiones políticas. La comunicación y en concreto, el sector audiovisual, debe convertirse en la fuerza motriz del cambio social. En otras palabras, la programación televisiva tiene la función de aportar los contenidos apropiados para el desarrollo de las sociedades contemporáneas. En contraste con lo anterior, resulta especialmente complejo cuando los términos de rentabilidad social y justificación en cuestiones económicas no consiguen alcanzar un provechoso equilibrio. Por consiguiente, desde la aparición de la televisión privada en España se ha detectado un lento pero acertado esfuerzo para discernir entre las obligaciones de servicio público de la televisión estatal, los límites de la programación en las cadenas privadas y el planteamiento de un sistema de financiación para el medio televisivo que la propia estructura pública pueda ofrecer a la sociedad española.

En la declaración de la Sociedad Civil adoptada en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información en Ginebra el 8 de diciembre de 2003 se declaró que la radio y la televisión seguían manteniendo el papel protagonista como:

Los mecanismos más eficaces para suministrar información de alta calidad que deben desempeñar una función fundamental en la producción, recopilación y distribución de contenido diverso que integre a todos los ciudadanos y que permita la participación activa de estos<sup>27</sup>.

A pesar de lo expuesto, la sensación de lo transmitido no ha encontrado un reconocimiento por parte de los públicos tal y como la definición describe. Se debe mencionar, que existe un cierto descontento generalizado en relación al acceso de la

---

<sup>26</sup> Herreros López, J. (2004). *El servicio público de televisión*. Valencia: Fundación Coso de la Comunidad Valenciana para el desarrollo de la Comunicación y la Sociedad, p. 26.

<sup>27</sup> Chaparro Escudero, M. "Claves para entender el marco audiovisual español. Errores y perversiones en torno al uso de un servicio público" en García Casanova, J. y Casado Salinas J. (2005). *El servicio público de televisión*. Granada: Universidad de Granada, p. 86.

ciudadanía a los medios televisivos. Por otro lado, se ha manifestado un malestar por parte de los públicos en relación a la materialización de los contenidos. De manera que, la programación de mayores cuotas de audiencia no prestan los atributos básicos de calidad para programaciones televisivas de emisión generalista. La homogeneización narrativa de los formatos televisivos ha precipitado una importante deficiencia en la diversidad de los contenidos, producto de una lógica creativa y financiera basada en los beneficios y rentabilidades económicas. En última instancia, el exceso de regulación y restricciones en detrimento de la empresa pública ante los operadores privados no benefician las relaciones económicas y de competitividad entre participantes mediáticos públicos y privados.

### **2.1.1. Introducción y fundamentos del comportamiento televisivo como servicio público**

Los principios democráticos de un país deberían mantener una firme convicción sobre las funciones del Ente televisivo público y prevenir posibles acercamientos de las fuerzas políticas que pretendan utilizar este medio como herramienta de control o dominio. La intención de la programación televisiva de carácter público debe fomentar la construcción del pensamiento crítico y el desarrollo ciudadano a través de su participación y puesta en marcha como sociedades del siglo XXI.

Como resultado de este planteamiento, uno de los focos de atención que ocupa nuestra investigación es la existencia de autoridades audiovisuales independientes que traten de definir las bases generales y que supervisen los comportamientos en el sector audiovisual. En este apartado, resulta imprescindible interpretar como las conductas televisivas se han transformado como consecuencia de los acontecimientos acaecidos en la historia de España. Desde los comienzos de la televisión en España, resulta esencial la interpretación que los poderes públicos han desarrollado en relación a las autoridades audiovisuales dejando entrever una desestimación continua hacia este tipo de organismos.

Por consiguiente, a nivel cultural el comportamiento televisivo de las últimas décadas ha influido enérgicamente en los valores educativos de la sociedad española. Cabe destacar en la siguiente declaración como:

Está demostrado que mientras menos requerimientos intelectuales exija un producto difundido por televisión más fácilmente nos conduce al llamado en neurofisiología *estado alfa*, estado de pasividad y de estimulación intelectual nula. Programar y triunfar sin más requerimientos que acumular audiencias cuantitativas es fácil, pero también es un desperdicio tecnológico y un despropósito cultural<sup>28</sup>.

En consecuencia, la intención de los poderes públicos bien mediante una autoridad audiovisual independiente de regulación o a través de otro organismo debe garantizar una representatividad cultural a través de los espacios mediáticos. Sin embargo, esta tarea no compete únicamente a los poderes públicos, la ciudadanía es el segundo gran eje para el fomento y la participación en uno de los mayores motores de difusión de los valores sociales y culturales. Por todo esto, la ciudadanía y los poderes públicos deben apostar y tomar parte de un enérgico proceso de concienciación en la relación que establece la cultura junto al sector público audiovisual.

El tratamiento de los contenidos culturales en la televisión pública en España ha recorrido diferentes contextos en relación al orden político, social y económico en la historia de nuestro país. Por consiguiente, antes de comenzar con una revisión histórico-crítica de la evolución televisiva en España, resulta imprescindible describir las distintas fases y sus rasgos distintivos con el objeto de un mayor entendimiento de la investigación y su decisivo objeto de estudio.

Conviene subrayar como las distintas etapas en el tratamiento televisivo de la diversidad cultural y educativa han coincidido con periodos que de distinta forma han señalado la esfera política, cultural y social del país. De este modo, la investigación proporciona la capacidad de disociar las distintas etapas históricas del sector audiovisual desde la creación de la televisión pública en España a mediados del siglo XX. Antes de comenzar, cabe señalar la relación implícita entre la defensa de las obligaciones de servicio público por parte de los poderes públicos y la preocupación por los contenidos de carácter

---

<sup>28</sup> Chaparro Escudero, M. (2005). *op. cit.*, pp.103-104.

cultural y educativo. En la revisión histórica que se aborda a continuación resulta imprescindible el análisis de las distintas etapas experimentadas por el medio televisivo como operador estatal. De manera que, se observa que el tratamiento cultural y educativo de la televisión pública ha oscilado dependiendo de la defensa y fomento que hayan recibido las funciones televisivas del servicio público.

A nivel económico y de competencia, Radiotelevisión Española ha experimentado dos grandes etapas desde su nacimiento en el año 1956, la etapa de monopolio televisivo y la etapa de liberación del sector audiovisual. Ambas fases requieren de un análisis pormenorizado en nuestro trabajo que exponga el retrato de los comportamientos programáticos a partir de las diferentes regulaciones, contexto político y económico y necesidades sociales.

Con todo, la pretensión del siguiente bloque de estudio es realizar una interpretación desde la perspectiva del cumplimiento de las funciones de servicio público y en concreto de la programación de carácter cultural. A pesar de lo expuesto, cabe destacar, que las fases mencionadas con anterioridad son una división generalizada. Durante el desarrollo del trabajo se han discernido cuatro periodos diferenciados desde la perspectiva del grado de protección de las funciones de servicio público de RTVE. Por consiguiente, con el objetivo de un mayor entendimiento por parte del lector, se ha procedido a la realización de una breve descripción de las distintas fases televisivas con el debido ajuste de las fases anteriormente expuestas.

Avanzando en nuestro razonamiento y como hemos mencionado con anterioridad, se señalan dos grandes momentos: la etapa de monopolio y el periodo de liberalización televisiva en España. A partir del periodo de liberalización hemos discernido entre dos nuevas fases: la primera, una potenciación del servicio público por parte del Estado desde el año 2004; la segunda, a partir de las decisiones tomadas en 2009 que se caracterizan por una falta de protección del servicio público televisivo y del grado de cumplimiento de sus contenidos programáticos.

Por último, examinaremos brevemente los rasgos distintivos de las fases televisivas que hemos expuesto con el propósito de finalizar de forma conveniente la parte

introductoria del bloque y alcanzar una idea global de la historia de la televisión pública en España en relación con la defensa de sus funciones de servicio público.

En primer lugar, la etapa de monopolio televisivo comienza con la creación de Radiotelevisión Española en 1956 y culmina a finales de los años ochenta y comienzos de los noventa con la puesta en marcha de los operadores televisivos privados. Este periodo se caracteriza por un intenso control por parte del Estado del medio televisivo. Durante casi tres décadas, RTVE fue la única televisión para la ciudadanía española y fue considerado como un servicio público esencial cuyas funciones debían de ser informativas, educativas y de entretenimiento. En la materia que nos ocupa, el tratamiento cultural del Ente se encontraba especialmente influenciado a nivel político, este proceso supuso un importante riesgo para la diversidad cultural y educativa de la sociedad española<sup>29</sup>. Por consiguiente, la clase de tratamiento informativo y audiovisual propició un sentimiento no inclusivo en la esfera social del país. La representatividad política y la participación social encontró fuertes limitaciones en el medio televisivo en relación al acceso de los colectivos de escasa afinidad estatal.

Sin embargo, durante esta etapa se llevó a cabo un encubierto proceso educativo a través de la programación televisiva como objeto potenciador de servicio público<sup>30</sup>. A pesar de encontrarse bajo el paraguas público y, especialmente, político, el medio televisivo se esforzó por cumplir unas funciones de entretenimiento, información y educación. No obstante, se trata de una de las etapas de menor diversidad cultural sobre todo en los más adultos que prefirieron un estilo de programación diferente como las producciones americanas.

Por último, cabe destacar como la escasez de frecuencias para la transmisión de señales, el elevado coste en la puesta en marcha de un medio televisivo y la necesidad de convertir a RTVE en un servicio público esencial para la sociedad española mantuvo

---

<sup>29</sup> Antona Jimeno, T. (2014). Los orígenes de la Televisión Educativa en TVE (1958-1966). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 20, n.º especial, p. 224.

<sup>30</sup> A partir de 1958 se llevan a cabo programas educativos como *Lección de Inglés*, *Francés para todos*, *Aula TV* o *Televisión Escolar*.

alejados el desarrollo de nuevos operadores procedentes de grandes grupos empresariales<sup>31</sup>. De manera que, el periodo de monopolio televisivo mantuvo en cierta medida bajo control la opinión pública mediante la programación emitida por la pequeña pantalla.

En segundo lugar, la liberalización del sector audiovisual se emplaza a finales de los años ochenta con la aparición de los primeros operadores privados. Necesariamente debemos señalar, que en 1983 con la entrada en vigor de la Ley del Tercer Canal se pone en marcha el proceso de apertura de las televisiones autonómicas en nuestro país. Con todo, la liberalización global del sector audiovisual no comienza a tener fuertes repercusiones hasta la aprobación en 1990 de la Ley de la Televisión privada. De manera que, la televisión pública estatal, hasta entonces un monopolio, perdió su posición hegemónica como televisión única y por ende las cuotas de audiencias se dividen entre las nuevas ofertas televisivas. Este periodo se caracterizó por el conflicto programático entre el operador público y los operadores privados con el propósito de alcanzar los mayores niveles en cuota de pantalla.

La función de servicio público experimentó durante este fase un profundo deterioro que los poderes públicos no supieron abordar con celeridad. Los operadores televisivos privados no contaron con programaciones que abordaran cuestiones de servicio público y el entretenimiento impregnó la mayor parte de sus programaciones. Las cuotas de audiencia comenzaron a compensarse y RTVE comenzó un proceso de homogenización de los perfiles programáticos. Por consiguiente, las parrillas de emisión de la televisión pública descuidaron sus funciones culturales y educativas a favor de un entretenimiento sensacionalista y de reducida calidad.

A partir de este proceso de liberalización, la televisión pública ha mantenido un descenso continuado de los porcentajes de audiencia. Sin embargo, cabe destacar, como la aparición de Internet y los nuevos avances tecnológicos han sido aspectos que han influido e influyen en la actualidad debido a que una mayor diversificación de la oferta televisiva se traduce en un incremento de la pluralidad de los contenidos y una creciente compensación de las cuotas de audiencias.

---

<sup>31</sup> Francés I Domènec, M. y Orozco Gómez G. (Coord.) (2017). *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. Madrid: Editorial Síntesis, pp. 27-28.

En tercer lugar, a partir del año 2004 se lleva a cabo el principal proceso de reforma por parte de los poderes públicos con el objetivo de recuperar y establecer una nueva reglamentación para el fortalecimiento de los contenidos de servicio público. Por consiguiente, la investigación establece dos vertientes claramente diferenciadas en la presente fase. Por un lado, en 2004 el Gobierno conforma un Consejo de Expertos con el propósito de elaborar un informe sobre el estado actual del Grupo RTVE y, de este modo, establecer una serie de recomendaciones con el objetivo de diseñar una nueva reglamentación para los medios de titularidad estatal. En la guerra de audiencias entre los operadores públicos y privados se ha puesto de manifiesto la seria degradación de los contenidos informativos y de entretenimiento y la pérdida de la programación de carácter cultural. La lógica comercial y de mercado alcanzó una posición hegemónica durante más de una década en el sector audiovisual. Como resultado, se desencadenó una preocupación generalizada entre los poderes públicos con la finalidad de materializar una reforma que pudiese recuperar el olvidado papel de servicio público<sup>32</sup>.

Por otro lado, se aprueba en 2006, a raíz del informe generado por el Consejo de Expertos, la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. De forma que, se establecen de forma rigurosa las funciones de servicio público de Televisión Española y se reconfigura el sistema de financiación para la entidad pública. Además de, diseñar los principios generales del organismo y de concebir la *Corporación de Radiotelevisión Española* (en adelante Corporación RTVE o CRTVE) que inaugura una nueva estructura jurídica y organizativa.

Por último, el cuarto periodo histórico se enmarca en el año 2009 y se caracteriza por la carencia de protección de las funciones esenciales del servicio público televisivo por parte de los poderes públicos. Este proceso se produce tras la aprobación de la Ley de financiación de la Corporación de Radiotelevisión Española en 2009 y de la Ley General de Comunicación Audiovisual en el año 2010. Las reglamentaciones dispuestas en este periodo se decantan hacia un fortalecimiento de los operadores privados televisivos. Se produce un cambio en el modelo de financiación de la televisión pública que lleva a cabo

---

<sup>32</sup> Manfredi Sánchez, J. L. (2011). Escenarios y retos de la televisión pública en España. en: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 1, p. 51.



un proceso de abandono de los recursos publicitarios y por ende renuncia a gran parte de sus ingresos económicos. De manera que, la programación televisiva en este periodo se caracteriza por un doble frente para la Corporación RTVE: una lucha constante por la supervivencia financiera y, simultáneamente, cumplir con las obligaciones de servicio público sin experimentar una caída al vacío de sus cuotas de pantalla.

En definitiva, existe un número considerable de factores que alteran el funcionamiento de un organismo de tal complejidad como es la televisión pública en España y los enfoques programáticos. Por consiguiente, resulta fundamental un análisis de los diferentes factores de orden político, económico y social en una revisión histórico-crítica que nos permita comprender el comportamiento del sector audiovisual español y en concreto la televisión pública española y sus conductas programáticas.

### **2.1.2. El dominio mediático y el régimen franquista**

El nacimiento de la televisión se sitúa en un contexto marcado sintomáticamente por un régimen autoritario, periodo impregnado de una ideología nacional catolicista en la que el Estado y la Iglesia trabajan de forma complementaria y exhaustiva para formar un cimiento social sólido y duradero. Durante la posguerra, caracterizada por una drástica represión por parte de la dictadura, experimenta una profunda crisis económica y social. En esta coyuntura, la cultura sufre un enorme empobrecimiento a efectos del exilio de intelectuales, tanto en la ciencia como en el pensamiento. La fuerte etapa de crecimiento intelectual que se experimenta a finales de los años veinte y durante la II República se ve truncada por la guerra civil lo que provoca el empobrecimiento en la educación y en la comunicación social.

Ahora bien, previamente a la exposición de la historia del nacimiento del fenómeno televisivo español, se considera conveniente mencionar algunos datos históricos para el mejor entendimiento de los comienzos del organismo público.

A partir de la década de los cincuenta, la dictadura franquista comienza un proceso de aceptación ideológica de los nuevos y modernos progresos de carácter económico y político a nivel internacional. De esta manera, se produce por parte del sistema una integración transnacional con la apertura comercial y financiera con el frágil propósito de concluir con la autarquía y el aislamiento económico en el que se encontraba inmerso el país desde finales de la década de los treinta. En el campo internacional, la década de los cincuenta sufre una gran sacudida política provocada por la firma de los acuerdos del Vaticano y EEUU y el ingreso de España en la ONU el 14 de diciembre de 1955<sup>33</sup>. Conviene subrayar, como el Plan de Estabilización de 1959 supuso un punto de inflexión para el país tras las últimas tres décadas de estancamiento económico. España se encontraba al borde de la bancarrota y el Gobierno fue consciente del indispensable papel del comercio exterior. Los recientes acontecimientos precipitaron el paso de una política comercial autárquica a una gestión de mayor flexibilidad impulsados por la Reforma Fiscal, la liberalización del comercio hacia el exterior y la integración en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y en el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Por consiguiente, la década de los sesenta es una etapa de consolidación del régimen con un gran crecimiento económico a raíz de la apertura internacional del sistema. No obstante, algunos historiadores como es el caso de Enrique Bustamante afirma que el “milagro español” no fue debido a una buena gestión de la administración, si no que más bien, este proceso actuó como un dispositivo ralentizador a los cambios que experimentaba Europa desde los años cuarenta<sup>34</sup>.

Por el contrario, cualquier actividad cultural que pudiese cuestionar el sistema, era fuertemente sofocada por las autoridades. El régimen no dudó en poner en práctica mecanismos de represión que cultivaran el terror entre la población. Las dificultades económicas derivadas de la inflación, la subida de precios de los productos básicos, el estraperlo representaron algunas de las advertencias de la sacudida social de 1955 que

---

<sup>33</sup> Amsélem, A. J. L. (1995). El ingreso de España en la ONU: obstáculos e impulsos. *Cuadernos de historia contemporánea*, vol. 17, p. 108.

<sup>34</sup> Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y de la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, p. 28.

finalmente fue constatada en los conflictos de 1956<sup>35</sup>. Así fue, como en ese año el sistema declaró “estado de excepción”<sup>36</sup> y se eliminaron temporalmente las garantías sociales, incluyendo, por supuesto, la libertad de expresión.

A pesar de que el foco de nuestra investigación se encuentra exclusivamente orientado al ámbito televisivo, se debe señalar el nacimiento de uno de los medios de comunicación de mayor repercusión en España: la radio. En Europa, el servicio de radiodifusión estatal tiene lugar mucho antes que en nuestro país. Los países pioneros en la materia serán Reino Unido en 1922, Alemania en 1923 e Italia en 1924. Sin embargo, en comparación con nuestros países vecinos la concepción de la radio estatal española se convierte en una cuestión de mayor complejidad. De forma que, el nacimiento del medio radiofónico en España se encuentra ubicado en un contexto marcado por el reinado de Alfonso XIII y la dictadura de Miguel Primo de Rivera (1923-1930) en el que el monopolio de la telefonía recaía en la compañía Telefónica.

Por consiguiente, la radio se convierte en una poderosa herramienta de propaganda en manos de la Falange Española integrada por un espectro de medios que incluían los diarios del Movimiento Nacional, libros, revistas y el NO-DO<sup>37</sup>. Las esferas de poder de los principales medios de radiodifusión estaban compuestas por personajes afines a la ideología de la dictadura con la pretensión de tener una comunicación controlada y apropiada a las líneas de pensamiento del régimen. De manera que, los informadores o periodistas debían de mantener la orientación estipulada previamente por el medio.

Por último, cabe mencionar como la Dirección General de Radiodifusión se demoró en encontrar su ubicación dentro del organismo público. En un primer momento, durante la guerra civil se mantuvo a disposición del Gabinete de Prensa y Propaganda de la Junta de Defensa Nacional y terminó en 1951 en el Ministerio de

---

<sup>35</sup> Eiroa San Francisco, M. (2006). España en el marco de las crisis mundiales de 1956. *Historia Actual Online*, n.º 10, p.135.

<sup>36</sup> A partir de la definición establecida por el Ministerio de Defensa, el *estado de excepción* tiene vigencia “cuando circunstancias extraordinarias hiciesen imposible el mantenimiento de la normalidad mediante los poderes ordinarios de las autoridades competentes”. Gobierno de España. Recuperado de: <http://www.defensa.gob.es/defensa/cadenamando/situaciones/>

<sup>37</sup> “Noticiario y Documentales” creado en 1942 como un instrumento mediático que detentaba el propósito de transmitir la información cinematográfica nacional.

Información y Turismo bajo el dominio del ministro Gabriel Arias Salgado. Unos años después, entre 1956 y 1958 se concibe el nuevo organismo del régimen Radiotelevisión Española (en adelante RTVE). El origen del medio comunicativo resulta definido por una falta de interés por parte del Gobierno debido a múltiples razones. En primer lugar, existe una carencia de capacidades técnicas, las dificultades económicas y una falta de disposición en lo referente al carácter autárquico del régimen.

A nivel social, se presenta una situación de crispación debido a las numerosas movilizaciones estudiantiles y obreras. En este contexto, se ejecutan acciones como el cierre de la Universidad Complutense de Madrid, la dimisión del ministro de Educación y se restringe la libertad de expresión de los ciudadanos. Por consiguiente, la concepción del medio televisivo público se convierte en una herramienta imprescindible del régimen para mantener bajo control la opinión pública española y enaltecer las acciones de la dictadura franquista.

### **2.1.3. El nacimiento de la televisión pública española**

Las primeras emisiones de Radiotelevisión Española tienen lugar el domingo 28 de octubre de 1956 desde los estudios del Paseo de la Habana de Madrid. Un acontecimiento que se caracteriza por un cierto retraso en comparación con otros países de la esfera occidental<sup>38</sup>. La nueva estructura se constituye como un órgano de la Administración Central del Estado. En lo relativo al alcance, la red comienza con una cobertura única del territorio madrileño y su espectro no llegará a Barcelona hasta el año 1959.

La programación inicial consistió en emisiones nocturnas de tres horas al día ubicado en una franja horaria desde las 21:00 a las 00:00 horas. La presencia programática del nuevo medio se mantendrá del mismo modo hasta 1959 momento en que el organismo decide ampliar a cinco horas/día sus emisiones. El sistema publicitario

---

<sup>38</sup> Reino Unido en 1946 o Italia en 1952 y otros países de la esfera como EEUU en 1944 o Argentina en 1951.

no tardará en aparecer en la televisión nacional, en 1957 aparecen los primeros anuncios publicitarios orientados en su gran mayoría al patrocinio.

En los primeros años de funcionamiento de la televisión en España no existía un modelo claro de programación. La tónica predominante fue la búsqueda del entretenimiento a través de la ficción a lo que se añadía una inexperta estructura en relación a los programas informativos. En un primer momento se lleva a cabo un modelo de parrilla experimental, la programación se basa en la fragmentación de los contenidos con formatos de muy diferente índole en franjas horarias diversas y distanciadas. Resulta necesario recalcar que la estrategia llevada a cabo en los primeros años de la televisión pública en España se basó en una especie de ensayo a base de prueba y error hasta lograr un ajuste de los contenidos que funcionara en las mejores franjas<sup>39</sup>. Una gran diferenciación en cuanto a los contenidos se produjo con la distinción de los horarios del público infantil y el adulto. La creación y emisión de los dos rombos<sup>40</sup> llegó a los estudios de producción en 1963 como una calificación moral que sirviese de orientación para el público<sup>41</sup>.

En el marco de las funciones de servicio público debemos destacar como se mantuvieron igualadas las funciones de entretenimiento, formación e información. La televisión nació con el objeto de convertirse en un servicio lúdico para la sociedad española. Sin embargo, en el caso de la información y la educación se debe subrayar como esta función sufrió permanentemente abusos de censura, manipulación y una definida estrategia propagandística. A partir de 1966 se constituye la Ley de Prensa e Imprenta impulsado por el ministro Fraga Iribarne con la que se permitió una mayor libertad al movimiento de ideas entre los medios. El nuevo reglamento supuso el aumento de las horas infantiles en la radiotelevisión pública. Resulta conveniente exponer como el

---

<sup>39</sup> Gómez-Escalonilla, G. (1998). *La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

<sup>40</sup> El significado de un rombo exponía que el contenido no era recomendable para menores de 14 años. En el caso de apareciesen dos rombos en la parte superior de la pantalla se advertían que la programación no era apta para menores de 18 años.

<sup>41</sup> Montero, J. y Antona, T. Programación y estrategias de programación en la televisión franquista. En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 30.

comportamiento de la primera cadena se mantuvo siempre con un perfil generalista y no produjo contenidos destinados a ámbitos territoriales ni regionales<sup>42</sup>. A pesar del retraso en el nacimiento de una televisión nacional, RTVE fue pionera en emitir telefilms, películas y series estadounidenses para los hogares españoles.

La televisión como herramienta mediática fue consciente de su influencia desde los primeros años de su creación, así es indicado en algunos de los textos del estudio de la cultura televisiva “en el ejercicio de colectivo de la fabricación y construcción mental de la nación, los medios de comunicación de masas jugaron un papel fundamental. Fueron responsables de la producción y difusión de unos recursos con una elevada carga sentimental, mediante la música, los toros, el fútbol, los concursos y seriales o el cine”<sup>43</sup>. Los anteriores argumentos demuestran la manipulación de los contenidos televisivos a través de la redacción, la formulación o el significado de la programación en un periodo de autarquía y régimen dictatorial. A nivel social, las personas que se colocaron frente al televisor convirtieron en emblema las costumbres y los contenidos emitidos por la pequeña pantalla.

Con la intención de generar una estructura sólida para la gestión del Ente público se lleva a cabo la creación de la Dirección General de Radiodifusión y Televisión mediante el Decreto del 3 de octubre de 1957. La principal función del recién creado organismo es la “realización en exclusiva de las emisiones de televisión y el desarrollo técnico de la televisión nacional”<sup>44</sup>. De manera que, la Dirección se convierte en la unidad administrativa para organizar y atender las funciones de los servicios explotados directamente por el Estado.

En 1959 se aprueba la Ley de Orden Público que establece la regulación de la legislación para los *estados de excepción* y restaura la censura previa. La siguiente legislación menciona que cuando:

---

<sup>42</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos, Servicio de publicaciones, p. 121

<sup>43</sup> VV.AA. (2006). *La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Fragua, p. 49.

<sup>44</sup> Peinado Miguel, F. (1998). La radiodifusión sonora en España: evolución jurídica. *Revista General de Información y Documentación*, vol. 8, n.º 2, p. 178.

Alterado el orden público, resultarían insuficientes las facultades ordinarias para restaurarlo podrá el Gobierno mediante Decreto-ley, declarar el *estado de excepción* en todo o parte del territorio nacional asumiendo los poderes extraordinarios (...) De igual modo podrá hacerlo si la magnitud de la calamidad, catástrofe o desgracia pública lo aconsejare<sup>45</sup>.

De manera que, la nueva Ley sembró el temor entre los diferentes profesionales de la información y del sector televisivo que no compartiesen la ideología del Movimiento Nacional y tuviesen una participación activa en el terreno de la comunicación.

En el aspecto cultural cabe exponer el enfoque del historiador Enrique Bustamante en lo relativo a los contenidos culturales y las convenciones de sociedad española. El experto en televisión indica que:

Habría que convenir en este caso que la mediocridad cultural de la vida cotidiana se extendió ampliamente a RTVE que, salvo casos muy excepcionales, permaneció al margen de la evidente explosión de creatividad cultural española iniciada en los años sesenta a pesar de la censura<sup>46</sup>.

Por consiguiente, la televisión durante el régimen franquista se dispuso a enfatizar las costumbres nacionales con el firme propósito de fortalecer la identidad cultural y reforzar los conceptos del movimiento.

A pesar de las diferentes formas de censura, la televisión pública en España no se diferenciaba en cuanto a gestión y programación en lo relativo a las televisiones europeas que mantuvieron un estilo similar<sup>47</sup>. Uno de los mayores objetivos del Ente público fue el de generar satisfacción entre los televidentes. Cabe destacar como, la Dirección de TVE estaba muy concienciada con la participación de los telespectadores mediante cartas y diferentes medios de la repercusión y la respuesta sobre los contenidos y la programación de la pantalla española. De esta forma, las parrillas fueron consolidándose y el modelo de programación experimental se transformó a mediados de los años sesenta en una programación en bloque basada en programas de entretenimiento, divulgación e información. Cabe mencionar que, en este periodo el aporte publicitario de las grandes

---

<sup>45</sup> Ley 45/1959, de 30 de julio, de Orden Público. «BOE» núm. 182, de 31 de julio de 1959, páginas de la 10365 a la 10370

<sup>46</sup> Bustamante, E. (2013). *op. cit.*, p. 31.

<sup>47</sup> Fernández-Shaw Baldasano, F. (1977). Uniones Europeas de Radiodifusión. *Revista de Instituciones Europeas*, vol. 4, n.º 3, p. 765.

marcas proporcionaron importantes ingresos para la cadena en forma de patrocinio. A partir de 1965, TVE se sentía capacitada para atender a las peticiones y críticas de la opinión pública y expresó públicamente su intención de ajustar la parrilla a los gustos y horarios de la audiencia reduciendo horas de programación, pero ajustando los espacios y los contenidos de una forma más específica para cada público<sup>48</sup>.

A partir del periodo referido y debido en su mayor parte a factores de orden económico, el trabajo se dispone a presentar el momento de la consolidación del medio televisivo, entre los años 1962 y 1969, que coincide con la madurez del régimen franquista. Este intervalo de tiempo se caracteriza por las crecientes movilizaciones sociales sofocadas de nuevo con la declaración de un *estado de excepción* en 1962 como medida represiva del movimiento huelguístico. Sin embargo, es inevitable considerar como comienza a crearse un nuevo germen de orden social y que se dispone de una ideología contraria al régimen. La falta de respeto por las garantías sociales y las libertades establece una sensación de crispación a nivel nacional<sup>49</sup>.

En el marco político cabe destacar la eliminación, de forma matizada, en cierto modo la censura previamente establecida mediante la anteriormente citada Ley Fraga. La legislación mantiene como “la Administración no podrá aplicar la censura previa ni exigir la consulta obligatoria, salvo en los *estados de excepción* y de *guerra* expresamente previstos en las leyes”<sup>50</sup>. En 1964, se lleva a buen término la aprobación del Estatuto de la Publicidad y del Estatuto de la Profesión Periodística. Es este contexto la publicidad comienza una fuerte expansión y la función informativa, tanto televisiva como escrita, experimenta una notable transformación en lo relativo a las información periodística.

Por consiguiente, podemos concluir que la primera década desde el origen de la televisión estatal en España se caracterizó por una transición lenta, no obstante, se produjo una profunda transformación en el escenario social y en la estructura económica del país. El carácter autárquico de los organismos de gestión y control se abandonó

---

<sup>48</sup> Montero, J. y Antona, T. (2018). *op. cit.*, p. 34.

<sup>49</sup> Jaime-Jiménez, O. (1996). Orden público y cambio político en España. *Revista Internacional de Sociología*, p. 148.

<sup>50</sup> Ley 14/1966, de 18 de marzo de Prensa e Imprenta “BOE” núm. 67, de 19 de marzo de 1966, pp. 3310-3315.



progresivamente y se emprendieron nuevos horizontes industriales y económicos. En definitiva “la resolución de tensiones coyunturales, como las apuntadas en 1956-57, en clave *liberalizadora*, y cuyo referente paradigmático tomó forma con el Plan de Estabilización de julio de 1959”<sup>51</sup>.

Por consiguiente, a mediados de los años cincuenta se llevan a cabo dos acciones que impulsaran el desarrollo televisivo, resultado de la recuperación económica, del aumento del consumo y del ingreso de grandes cantidades por parte del mercado publicitario. En primer lugar, en 1964, en vista de un horizonte nuevo y coincidiendo con la conmemoración de los XXV Años de Paz, el propio Franco inaugura los estudios de Prado del Rey. En este periodo se aumenta la cobertura alcanzando una difusión enteramente nacional con la llegada de TVE a Canarias. En segundo lugar, en 1965 se lleva a cabo la supresión del impuesto por el “uso, tenencia o disfrute de aparatos de televisión”. El tributo fue establecido en 1957 e incentivado por el sector comercial que argumentó un mayor consumo por parte de los españoles en la compra y adquisición de aparatos televisivos.

Avanzando en la revisión histórica de la televisión pública en España, cabe destacar uno de los hitos de mayor relevancia en el organismo televisivo. Diez años después de la creación de la Primera Cadena, España será testigo del nacimiento de la Segunda Cadena denominada *UHF* (Ultra High Frequency). No obstante, la cobertura total nacional de la nueva cadena no será posible hasta 1982 en la terminación de la transición democrática. Sin embargo, la creación de una nueva cadena supone la ruptura del monopolio de la televisión y la sociedad española tiene, por primera vez, la posibilidad de elección entre dos canales. Sede mencionar, que la Segunda Cadena emitía un menor número de horas y, en ocasiones, contenidos repetidos del canal principal<sup>52</sup>.

La programación en este período en España cuenta con dos canales de orden generalista: TVE-1 y TVE-2. Los contenidos de ambas cadenas focalizan sus temáticas en programaciones orientadas al entretenimiento y se descuidan los componentes informativos, culturales y educativos. El profesor Julio Montero, historiador de la

---

<sup>51</sup> VV.AA. (2006), *op. cit.*, p. 44.

<sup>52</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *op. cit.*, p. 64.

programación televisiva española, expone que tanto en la Primera como en la Segunda Cadena se ofrecieron alrededor de un 60% de contenidos enfocados al entretenimiento. Sin embargo, en cuanto a programas de divulgación la cifra desciende de un 21% a un 14% entre ambas cadenas. Algo semejante sucede con los contenidos de corte informativo, en la Primera Cadena representaron un cuarto de su parrilla mientras que en la Segunda Cadena fue del 19% del total. En definitiva, la Segunda Cadena fue construida como un espacio para la experimentación, se testaban programas innovadores en estética y en contenido que podían ser colocados en las parrillas de la Primera Cadena<sup>53</sup>. El objetivo de la dirección del Ente televisivo fue que la Segunda Cadena nunca llegara a competir con la Primera, sino que esta sirviese de trampolín para la Primera y a la vez fuese complementaria en contenidos y estética<sup>54</sup>. Por lo tanto, TVE adquiere una posición hegemónica en los usos comunicativos y de ocio de la sociedad española y se mantiene la programación de las series y telefilmes norteamericanos. Al mismo tiempo, el medio comienza un período de producción propia en forma de series y espacios dramáticos, además de, nuevos concursos que suscitarán gran expectación entre los consumidores como ocurrió con el fenómeno televisivo de Eurovisión.

En los textos sobre la historia de la televisión pública, Enrique Bustamante recuerda que el nacimiento del segundo canal se caracterizó principalmente por la incorporación de una generación de cineastas y realizadores provenientes de la Escuela Oficial de Cinematografía (EOC) que lograrían un protagonismo relevante en el sector audiovisual y cinematográfico. De manera que, “han hablado incluso de una particular “edad de oro” desde la primera mitad de los años sesenta, de la que formarían parte numerosos directores de prestigio en el cine español de la época posterior como fueron, entre otros, Fernando Fernán Gómez, José Luis Borau, Pilar Miró, Julio Diamante, etc.”<sup>55</sup>. En definitiva, se trabajó por la introducción de nuevos formatos narrativos, novedosas formas de informar lejos de los modelados y cerrados informativos característicos del franquismo, técnicas como el montaje de vídeo donde la tendencia reporterista protagonizaba estructuras más complejas. Estas alteraciones proporcionaron la

---

<sup>53</sup> Montero, J. y Antona, T. (2018). *op. cit.*, p. 27.

<sup>54</sup> *Ibíd.*, p. 27.

<sup>55</sup> Bustamante, E. (2013). *op. cit.*, p. 47.

posibilidad de cambiar los flujos de trabajo en la producción y postproducción de los contenidos televisivos. Por consiguiente, llegaron a las televisiones contenidos que reflejaron la perspectiva artística de una nueva generación de comunicadores profesionales.

En el último lustro del periodo franquista, la parrilla de programación evolucionó hacia una estructura de mayor complejidad. En los primeros años se habían llevado a cabo las programaciones experimentales y a mediados de los sesenta la programación estaba organizada en bloques que variaban como un puzzle según las audiencias y las franjas horarias. Nuevos formatos experimentales como las telecomedias “a la española” gozaron de gran éxito entre el público<sup>56</sup>. Habría que decir también que, en el contexto en el que se encontraba la sociedad española de los años setenta, el declive de la dictadura franquista, los contenidos se encontraban definidos por un corte tradicional, las audiencias no disponían de una capacidad de decisión con plenas libertades, no obstante, se les concedió la oportunidad de opinar sobre los contenidos televisivos, era un servicio en pruebas para todos los públicos.

Antes de continuar con la revisión, se debe mencionar como el sistema publicitario supuso un punto de inflexión en la evolución del servicio televisivo español. La explotación publicitaria a través del medio televisivo estatal proporcionó al sistema financiero del Ente copiosas cantidades de dinero para la producción audiovisual. Por consiguiente, se deben incluir los relevantes intereses comerciales por parte de las compañías y marcas empresariales de los espacios televisivos. En definitiva, la pequeña pantalla se convirtió en el escaparate idóneo para dar a conocer a la sociedad española nuevos productos e invenciones comerciales. Las estrategias publicitarias funcionaron y se hicieron populares, de manera que, el consumo comenzó a incrementar a nivel comercial.

Por este motivo, se identificaron dos grandes problemas que caracterizaron la década de los setenta en relación al medio televisivo público. Por un lado, Radiotelevisión Española se encontraba fuertemente monopolizada bajo el amparo de la Administración Pública, de manera que, ejecutó el papel de herramienta propagandística del poder

---

<sup>56</sup> Diego, P. y Grandío, M.<sup>a</sup> M. (2014). Producción y programación de series cómicas de TVE en la época franquista: Jaime de Armiñán y las primeras comedias costumbristas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 105, n.º 20, p. 106.

público. En segundo lugar, los grandes ingresos económicos realizados por el medio publicitario ejercían presión en las parrillas de programación. La inversión monetaria de los sectores comerciales concedían a las grandes empresas poder y control sobre el organismo público televisivo y sobre sus decisiones programáticas.

En el año 1969, se produce el cese de Manuel Fraga como ministro de Información y Turismo. Al mismo tiempo, Adolfo Suárez es nombrado Director General del organismo de Radiotelevisión Español. A partir de este momento, el Ente televisivo comienza una crisis gradual de forma equitativa con la situación de intranquilidad de los poderes públicos. Asimismo, al igual que en otras ocasiones el malestar del régimen franquista afecta en el funcionamiento y en la dirección del medio televisivo estatal.

Ahora bien, por el contrario, el sector televisivo se fortalece y mantiene una orientación continuista tanto en su engranaje como en la estructura que sostiene su estructura funcional. La segunda mitad de la década de los sesenta es caracterizada para el medio como la edad de oro de la televisión. La gestión económica se encontraba en un momento sin dificultades financieras y el medio se había convertido en un artefacto de generar dinero. A finales de los años setenta se había transformado en la principal industria de la conciencia ciudadana y para estas fechas los españoles habían legitimado a TVE como su principal forma de ocio<sup>57</sup>. A nivel cultural, las anteriores aportaciones suponen que un único medio, una única herramienta de comunicación se encargaba de divulgar la información, el entretenimiento y la cultura. Por consiguiente, RTVE había adquirido en los años finales a la dictadura un poder de inmensa magnitud. El medio se convertía así en una herramienta con la capacidad de incidir en las mentes de la sociedad española a nivel político, cultural y social. Por último, cabe destacar, como los cargos de dirección del organismo televisivo público se convirtieron en una posición muy anhelada por las figuras políticas como posición privilegiada al estar al frente de un medio de comunicación de gran magnitud.

El contexto programático genera rechazo a los intelectuales españoles debido a la falta de objetividad y la manipulación de la información creada por el régimen. Baste como muestra, el caso de los servicios informativos durante los primeros años de vida de

---

<sup>57</sup> Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa, p. 73.

la televisión en España que estuvieron caracterizados por la autocensura y la falta de medios técnicos para llevar a cabo un formato informativo de calidad. No obstante, cabe añadir, que el personal que conformó los equipos primitivos de los informativos españoles eran profesionales procedentes de medios como Radio Nacional, el NO-DO o la prensa del Movimiento, por lo tanto, la fidelidad informativa en dirección a los ideales del régimen estaban garantizados. Los informativos de la Primera Cadena no pudieron ofrecer a los españoles temas de actualidad ilustrados con contenido que reforzara la información retransmitida.

Sin embargo, la situación se transformó en el momento en que Fraga llega al Ministerio de Información y Turismo y los estudios de TVE se trasladaron a las nuevas y recién estrenadas instalaciones de Prado del Rey. Con todo, las tres ediciones del telediario emitidas diariamente se convirtieron en el principal canal informativo visionado por los españoles. Se debe dejar constancia, por muy sorprendente que resulte, que el bloque informativo en forma de telediario o de otro formato no estaba contemplado en un primer momento como imprescindible en el medio televisivo recién creado. A pesar de esta falta de interés por los telediarios, a mediados de los años sesenta se convirtieron en la línea principal programática de los bloques informativos, no tanto por su credibilidad, sino por visibilidad<sup>58</sup>.

En el marco de la programación cultural se debe mencionar los distintos ensayos llevados a cabo como intento de culturizar a la sociedad española. De hecho, la etapa de los años sesenta se consideró como la edad de oro de la televisión pública en Europa Occidental. De manera que, tal y como afirma Soledad Ruano<sup>59</sup>:

“fue una época en la cual la lógica democratización social y la función pedagógica alumbraron parte de la concepción de programas de carácter cultural con el ánimo de llegar a los sectores intelectuales más activos”.

---

<sup>58</sup> Montero, J., Antona, T. y Martín, V. Los informativos: la pieza clave en la estructura diaria de la programación (1956-1975). En Montero, J. (2018). Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990). Madrid: Cátedra, p. 69.

<sup>59</sup> Ruano, S. (2007). Cultura y televisión: una controvertida relación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n.º 28, p. 179.

En primer lugar, avanzando en nuestro razonamiento cabe exponer que los primeros programas culturales de la televisión pública comenzaron en 1958. Los formatos mantenían una orientación próxima los valores e ideales del régimen que no permitían la crítica periodística. De manera que, se contó con profesionales e intelectuales fieles a la dictadura y procedentes de *La estafeta Literaria* y *La Editora Nacional*<sup>60</sup>. A pesar de que las programaciones estuviesen bajo el amparo ideológico se realizó un esfuerzo por el desarrollo de formatos de carácter divulgativo. En 1959, Luis de Sosa realiza el primer programa informativo cultural con *Tengo un libro en las manos* en el que se llevaban a cabo análisis de fragmentos literarios. Meses después se pusieron en marcha *Fomento de las Artes* y *Universidad TVE*<sup>61</sup>. En 1960 destacan programas como *Los Libros* o *Las Artes* de Enrique Azcoaga y en 1974, *Cultura 2* de José Luis Cuerda o *Cultural Informativo* de Joaquín Castro Baeza<sup>62</sup>. Uno de los programas que nació durante el periodo del régimen, pero que se mantuvo en antena décadas posteriores fue el formato documental cultural de *Informe Semanal*. Este programa se atrevió a ofrecer distintas estructuras narrativas como noticias e información en forma de reportajes o entrevistas. En definitiva, la programación cultural en los primeros años de vida de la televisión pública fue un formato valorado a pesar de que, los personajes culturales estuviesen estrechamente ligados a los planteamientos del régimen dictatorial.

En cuanto a los contenidos de ficción, se mantiene la hegemonía de los seriales norteamericanos, la producción propia e interna continúa en un porcentaje inferior, pero series como *Crónicas de un Pueblo* y concursos televisivos como el *Un, dos tres...responda otra vez* refuerzan y mantienen la ideología franquista considerando a RTVE como una herramienta propagandística y un medio de “régimen autoritario”<sup>63</sup>. Los seriales de producción externa y ajena eran, en su gran mayoría, de origen estadounidense. Igualmente, TVE importó contenido serializado de países como Reino Unido, Francia e

---

<sup>60</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa, p. 81.

<sup>61</sup> El programa de *Universidad TVE* consistió en entrevistas en directo con profesores del ámbito universitario, artistas y profesionales de la cultura que comentaban temas de interés social junto a Luis de Sosa.

<sup>62</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 82.

<sup>63</sup> Rueda Laffond, J. C. (2006). Ficción televisiva en el ocaso del régimen franquista: “Crónicas de un Pueblo”. *Área Abierta*, n.º 14, p. 1.

Italia. De esta forma se materializaron dos objetivos fundamentales en las necesidades de la recién estrenada televisión pública. Por un lado, proporcionaron cobertura de ficción a una televisión que en sus inicios no tenía la capacidad suficiente para atender a la demanda española<sup>64</sup>. Y, en un segundo plano, importaron contenido que resultaba más económico para la cadena que la propia producción interna o propia. La cultura popular estadounidense que se encontraba en las narrativas de los seriales importados por TVE entraba en contacto con la cultura televisiva popular española necesitada durante el periodo franquista de nuevos géneros y categorías. Además del valor añadido que proporcionaban los seriales importados, los nuevos contenidos televisivos conformaron un referente en los estándares de calidad para los profesionales españoles y sirvieron como punto de inflexión para la mejora técnica y la adaptación de la producción a los modelos extranjeros<sup>65</sup>.

Las dinámicas de censura continuaron afectando a todo lo que pusiera en peligro el autoritarismo reinante. Ejemplos como la sustitución del cantante Serrat en el concurso de Eurovisión por querer cantar en catalán o el silencio mediático ante la muerte del pintor Pablo Ruiz Picasso. La manipulación informativa se convertirá en una acción descarada en el seguimiento de la enfermedad de Franco con un considerable despliegue de medios técnicos. Cabe destacar la afirmación de José Carlos Rueda Laffond que expone como<sup>66</sup>:

“Subyacía la asociación simbólica entre una televisión que era posible gracias al régimen, y un régimen –entendido como institucionalización del presente y proyecto del futuro- que era posible gracias a su televisión”.

Sin embargo, en cuanto a los seriales de ficción importados del extranjero, España no tuvo problemas de adaptación. La mayoría de las narrativas extranjeras apoyaban al

---

<sup>64</sup> Tras la expansión de TVE por toda la península, las parrillas de programación crecieron, la demanda popular era mayor y las capacidades técnicas de la cadena eran insuficientes. La importación de producción externa y ajena se convirtió en un denominador común para todas las televisiones públicas del panorama europeo.

<sup>65</sup> Montero, J. y Ojer, T. Los programas de ficción de producción extranjera durante la dictadura. En Montero, J. (2018). Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990). Madrid: Cátedra, p. 115.

<sup>66</sup> Rueda Laffond, J. C. (2018). La televisión, símbolo del desarrollismo franquista: algunas claves de interpretación. *Cercles. Revista D'Historia Cultural*, vol. 21, p. 128.

igual que sus tramas y sus personajes los valores cristianos universales de Occidente, a pesar de que en algunas ocasiones, de una forma sutil, criticaban la perversidad del sistema soviético y el de sus aliados<sup>67</sup>.

El desarrollo de la cultura del consumo en la España de los años sesenta tuvo un importante exponente en la consolidación de la expansión territorial del servicio de televisión público. No obstante, existían grandes diferencias entre las zonas rurales y las urbanas. Los grandes centros de producción, así como la mayor parte de los receptores, se encontraban en las grandes ciudades como Madrid y Barcelona. Además, la posesión de un receptor de televisión estuvo, durante los primeros años de vida del medio, íntimamente ligada al poder adquisitivo de los españoles. Los televisores eran considerados “artículos de lujo” y su adquisición se encontraba al alcance de los estratos más pudientes de la sociedad.

En este contexto típico del desarrollismo incipiente no podemos dejar a un lado la creación de los *teleclubs* que actuaron como espacios de acceso al medio televisivo para otorgar nociones de cultura y educación popular a las poblaciones agrarias. En este contexto, las comunidades campestres contaban con monitores con una formación previa oficial y subvencionados por el Estado y los ayuntamientos que enseñaba a la ciudadanía los servicios que ofrecía la pequeña pantalla. La implantación televisiva sirvió para modificar los hábitos de consumo cultural y provocó una mayor homogeneización entre el marco urbano y el rural. Las pequeñas áreas rurales contaban con la posibilidad de acceder a las cuestiones sociales de la realidad del país mediante imágenes en movimiento. Además, en un contexto lúdico, podían visualizar los contenidos culturales y de entretenimiento y modificar sus estandarizados hábitos de consumo<sup>68</sup>.

El Ministerio de Información y Turismo pretendió con este planteamiento, más allá del objetivo siempre presente de ampliar el espacio de la comunicación a zonas más aisladas de la sociedad española, aumentar el impacto de su discurso ideológico a través de un canal tan directo como la televisión. De esta firma, la estrategia se convirtió en una de las políticas sociales televisivas con mayor índice de difusión. No obstante, en muchos

---

<sup>67</sup> Montero J. y Ojer, T. (2018). *op. cit.*, p. 116.

<sup>68</sup> Cantero, C. (2005). Los teleclubs. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, n.º 6, p. 109.



casos estos espacios de intercambio sirvieron precisamente para cimentar una cultura de la comunicación abierta y de la libertad.

En definitiva, es relevante el impacto de los teleclubs por su importancia sustancial en el cambio social y en las transformaciones del tejido urbano y rural contribuyendo así al desarrollo de las redes de comunicación en España.

En definitiva, con el propósito de concluir el apartado del periodo franquista, se debe dejar constancia de que el medio televisivo logró transformar la cultura del ocio de los españoles y se convirtió en una gran maquinaria generadora de entretenimiento e información. Cabe destacar, la gran funcionalidad del medio como herramienta de cohesión social. La experiencia televisiva durante muchos años se consideró como una actividad grupal en bares, casas o teleclubs. A pesar de las valoraciones positivas de las audiencias españolas en cuanto a contenidos informativos, la televisión se consagró como un medio, fundamentalmente, orientado al entretenimiento. Historiadores del medio como Gutiérrez, Grandío y Montero afirman que existieron diferencias de consumo en cuanto a género en las audiencias televisivas, a pesar de que la franja de mayor consumo fuera la nocturna. Los hombres se encontraban más atraídos por los eventos deportivos, mientras que las mujeres preferían las ficciones televisivas y las variedades, aunque finalmente dependía de la disponibilidad temporal del público de poder acceder a la pantalla<sup>69</sup>.

En este contexto de popularización del medio podemos señalar la carencia que caracterizó a RTVE como servicio público destinado a una sociedad anhelante de cultura e información veraz. El medio se convirtió desde su origen en una herramienta propagandística del gobierno y en un organismo de uso exclusivo del régimen. La hegemonía publicitaria venció frente al intento de un canon televisivo y la falta de interés por parte del Estado impidió, en comparación con las televisiones europeas, la entrada a la competencia televisiva privada hasta muchos años después de lo esperado.

---

<sup>69</sup> Gutiérrez, J., Grandío, M<sup>a</sup>. y Montero, J. Audiencias y consumo televisivos en España (1956-1975). En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 315

En esta línea Bustamante y Guiu exponen que:

Lejos del modelo europeo de la televisión como servicio público, controlada por los gobiernos de la dictadura como en ningún país europeo lo consiguiera ningún país gobernante, férreamente centralista, carente de toda legitimidad, TVE creó así un tipo de relación con el público y, evidentemente, con la política, que siguió pesando duramente sobre la sociedad española<sup>70</sup>.

Por consiguiente, el modelo programático de la televisión pública se alejó de las funciones de servicio público propias de un medio estatal. El poder monopolístico de la Administración Pública permitió al organismo televisivo establecer estrategias programáticas que facilitaran la existencia del régimen franquista mediante el poder divulgativo de la pantalla. Sin embargo, a nivel social, la oposición frente al régimen experimentó un crecimiento exponencial según se acercaba el final de la dictadura. A nivel de competencia televisiva, RTVE tenía la potestad de encajar las programaciones en las franjas horarias de mayor interés comercial o político. La libertad programática de esta época debido a la falta de nuevas empresas televisivas y el régimen dictatorial representó el mayor encarcelamiento comunicativo en la historia de la televisión pública en España.

---

<sup>70</sup> Bustamante, E. y Guiu, I. (1988). *Las industrias culturales en España*. Madrid: ediciones Akal, p. 123.

## 2.2. EL MEDIO TELEVISIVO DURANTE LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA (1975-1982):

En 1975 comienza una nueva etapa que se identifica por la muerte de Franco y la llegada del rey Juan Carlos I a la jefatura de Estado. La presidencia del gobierno es ocupada brevemente por Arias Navarro. El cargo fue cuestionado desde sus comienzos por la insolvencia del nuevo presidente en el impulso hacia una dirección democrática. De manera que, un año después en 1976, el rey Juan Carlos I nombra presidente del Gobierno a Adolfo Suárez, que tras las primeras elecciones democráticas, se mantendrá en la presidencia hasta el año 1981. La transición democrática significará una flagrante ruptura en la tendencia continuista que se había instaurado en Televisión Española.

A nivel económico, la situación se complica a consecuencia de las altas tasas de inflación y de paro. Esta coyuntura desemboca en una tensión social importante tras el periodo del régimen franquista. La reivindicación de una democracia real produce movilizaciones sociales y protestas políticas, además de, la actividad terrorista de GRAPO y ETA, ante el periodo de incertidumbre.

En el marco demográfico continúa una vertiginosa migración de las zonas rurales a las ciudades o áreas de mayor industrialización. Por consiguiente, el marco poblacional comienza a homogeneizarse las categorías sociales y crece la clase media lo que facilita la adaptación en el cambio de valores en un periodo de transición democrática. En este contexto de crecimiento social y de reconocimiento de la libertad política regresan a España intelectuales y otras personalidades del mundo de la cultura y de la ciencia que se habían exiliado ante la falta de libertad y persecución por parte del régimen franquista.

La modernización social que experimenta la sociedad española durante este periodo facilita la implantación de nuevos valores, el cambio de mentalidades y la creencia de las recientes libertades sociales, lo que incluye también la progresiva incorporación de la mujer al mundo profesional y la lucha reivindicativa en favor de sus derechos.

### 2.2.1. El primer intento de servicio público

Las transformaciones a nivel social, político y económico afectan directamente al medio televisivo público. De manera que, en este peculiar periodo se comienza a gestar el planteamiento de la programación televisiva como principal órgano para el fomento del pensamiento crítico de la sociedad española; en otras palabras, como el medio encargado de cumplir las funciones comunicativas de servicio público. El derecho de acceso a una información objetiva y libre, a un entretenimiento de calidad y a la difusión de los principios culturales y educativos implica que la sociedad democrática necesita servirse de la televisión como principal herramienta de valores sociales y de pluralidad.

Como afirma Carmen Caffarel, investigadora y profesional del medio televisivo, el medio público, en este caso Radiotelevisión Española, es el que garantiza el pluralismo, el acceso de los distintos sectores sociales al derecho a la información, además de, asegurar la independencia, la neutralidad y la objetividad informativa<sup>71</sup>. Es por esto que, el medio televisivo comienza con la transición democrática una nueva etapa en la que formular las obligaciones y las funciones como un organismo comunicativo de riguroso servicio público.

El Gobierno de Adolfo Suárez tenía como objetivo prioritario convertir al medio televisivo en el referente comunicativo que transmitiese e informase de las nuevas decisiones políticas, los cambios sociales y el sendero hacia una democracia real lejos de los tradicionales valores del régimen franquista. De manera que, con la pretensión de llevar a cabo una transformación comunicativa se plantean concretamente dos acciones. En primer lugar, el nuevo nombramiento del Director General de Radiotelevisión Española. Adolfo Suárez nombra al publicista Rafael Ansón<sup>72</sup> como cabeza del organismo televisivo público. En segundo lugar, la configuración de una nueva legislación que

---

<sup>71</sup> Caffarel, C. (2007). *Hacia la Radio Televisión Española de los ciudadanos*. España: Laberinto Político, p. 145.

<sup>72</sup> Rafael Ansón fue un profesional en el campo de las relaciones públicas que había trabajado en el Instituto de la Opinión Pública. El nuevo director adquirió el papel propagandístico dentro del medio televisivo de divulgar y promover las acciones del partido de Unión Centro y Democracia. Además de controlar por una segunda vía, mediante su hermano Luis María Ansón director de la Agencia EFE, otro de los grandes medios de comunicación en España.

estableciese las directrices democráticas del servicio televisivo. Como resultado, el 10 de enero de 1980 se aprueba el Estatuto de la Radio y la Televisión considerado como el primer intento de servicio público en el panorama audiovisual español.

Radiotelevisión Española se convirtió en una importante herramienta social que definió un fuerte vínculo entre los ciudadanos y los organismos públicos. En el año 1977, el Instituto de Opinión Pública realizó una encuesta para conocer la valoración de la programación de Televisión Española. Los resultados reflejaron una satisfacción generalizada en cuanto a la calidad y mejora de la programación televisiva<sup>73</sup>. Además, el anuario de 1976 publicado por RTVE en 1977 reflejaba que en 1976 el 70% de los mayores de 14 años afirmaba ver la televisión todos o casi todos los días. Por consiguiente, los resultados se tradujeron en una audiencia diaria de 15.428.871 personas.

### 2.2.2. El periodo de transición de Televisión Española

En el marco político que rodea a Radiotelevisión Española se instaura un debate en lo referente a la manipulación sufrida por el medio, a su imprudente gestión y en torno a la corrupción dentro en el contexto económico. De manera que, se precipita una eterna discusión sobre la reforma democrática que debería seguir el medio televisivo como servicio público. Una de las polémicas de mayor relevancia entre partidos fue la controversia de la elección por parte del Gobierno de los Directores Generales del organismo televisivo.

Además de la controversia sobre los nombramientos públicos tuvieron lugar otras polémicas sobre los cortos periodos de los Directores Generales del organismo de RTVE. Baste como muestra, que ninguno de ellos logró mantenerse intervalos de tiempo de más de un año en los cargos de responsabilidad y lo que este hecho suponía en el resto de la cadena jerárquica. La rápida sucesión de los Directores Generales precipitaba una

---

<sup>73</sup> Martín, V. Programación y estrategias de programación en la Transición. En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 320

inquietante inestabilidad en la parrilla de programación. A causa de estos abandonos en la dirección se producían en cascada las dimisiones de los jefes de informativos, de contenido y los puestos de mayor responsabilidad de la cadena. En este contexto salpicado de transformaciones y modelos experimentales resulta conveniente detenerse brevemente en la maniobra llevada a cabo por Adolfo Suárez junto con Rafael Ansón. La estrategia consistió en generar mensajes en favor del partido de la UCD con el propósito de divulgar las medidas y predisposiciones del Gobierno de forma sencilla hasta los hogares españoles. En pantalla aparecieron carteles que darían pie a las informaciones políticas que apuntaban eslóganes como *Habla el Presidente*, *El Gobierno Informa* o *Avance Informativo*. En consonancia con la estrategia se utilizaron para hacer partícipes a los españoles acontecimientos como la presentación del Proyecto de Ley para la Reforma Política por Adolfo Suárez o la interrupción de la emisión del *Un, Dos, Tres...* por el ministro de Gobernación, Rodolfo Martín Villa, para comunicar a los españoles y a los secuestradores de Antonio Oriol y Urquijo que el Gobierno no cedería frente a sus exigencias<sup>74</sup>. Por consiguiente, cabe mencionar como los últimos ejemplos expuestos supusieron el germen de un modelo de comunicación política en nuestro país. Los acontecimientos que acaecieron durante este breve periodo establecieron la información televisiva gubernamental como una campaña publicitaria elemental con el objeto de tener un impacto en las mentes españolas.

En el marco de las transformaciones en los contenidos emitidos, los principales cambios en la programación se produjeron en los materiales informativos. Rafael Ansón propuso una modificación drástica en la transmisión de la información. La nueva dirección decidió renovar todas las caras visibles en la presentación de los telediarios<sup>75</sup> con la intención de arrancar la filosofía franquista de la pantalla mediante sustanciales cambios de imagen. La información se mantuvo controlada, pero no desde la perspectiva de la censura, sino en la intervención y las reuniones diarias del Director General con todos los

---

<sup>74</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p. 99.

<sup>75</sup> Los responsables de la primera y segunda edición de los informativos fueron Ladislao Azcona y Eduardo Sotillos provenientes de RNE. La tercera edición cayó en manos de Pedro Macía y el espacio de la Segunda Cadena tenía al periodista Miguel Ángel Gozalo. Cada uno de los responsables de las ediciones contaban con un perfil muy distinto para generar dinamismo y flexibilidad en la Información.

responsables de información de la cadena. Las jefaturas de las ediciones informativas contaron con una férrea libertad en la elaboración de sus contenidos, pero bajo la supervisión y organización de Rafael Ansón. Tal y como indica Tele-Radio<sup>76</sup>, la remodelación de formatos, contenidos y responsables suponía todo un “nuevo horizonte de los informativos” que marcaría una nueva trayectoria. El objetivo principal era “un esfuerzo colectivo de máxima profesionalización y profundización”<sup>77</sup>. Los informativos de este periodo supusieron uno de los principales retos para el nuevo equipo de TVE. Sin embargo, lograron una recepción muy buena por parte de la audiencia española, el cambio político era real y en consonancia, el medio televisivo logró acompasar la imagen del país a la realidad de la sociedad española. En los aproximadamente seis años que transcurren en el periodo de transición, los servicios informativos sufrieron momentos convulsos y presiones procedentes de múltiples direcciones. Sin embargo, podemos calificar a esta etapa como la base de las pautas técnicas y periodísticas sobre las que se han construido los pilares fundamentales de unos servicios informativos propios de una televisión pública. A nivel social, además de las direcciones generales de los informativos, el mérito corresponde a las audiencias españolas cada vez más críticas y al conjunto de profesionales de la información que trabajaron por una información de calidad e independiente de presiones políticas<sup>78</sup>.

Rafael Ansón logró hacer partícipe a la sociedad española del cambio político planteado por el gobierno de Adolfo Suárez. A nivel de formato y de una manera radical se introdujeron las entrevistas con personalidades políticas, se crearon los espacios de debate con los representantes de los principales partidos e incluso, el mismo Rafael Ansón compareció ante las pantallas para poner al día a los telespectadores sobre la situación actual del medio televisivo. La presencia ante las cámaras de los poderes públicos de mayor responsabilidad, empezando por el propio Suárez, transmitió una imagen de transparencia y democratización de los medios de comunicación de titularidad estatal. El

---

<sup>76</sup> Tele-Radio, del 27 de noviembre al 3 de octubre de 1976, núm. 979, 3-6.

<sup>77</sup> Martín, V. (2018). Programación y estrategias de programación en la Transición. En Montero, J. (2018). *op. cit.*, p. 330.

<sup>78</sup> Arias, F., García, J. y Martín, V. (2018). La información en Televisión Española durante la transición democrática. En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 353.

propósito del Gobierno consistió en acercarse a la sociedad con el objetivo de ganarse la participación y confianza de los españoles a través de la pantalla, tanto en una lógica de apertura democrática como reforzando la imagen institucional de Suárez como presidente del Gobierno.

En este sentido resulta conveniente, que nos detengamos mínimamente en el caso de las políticas comunicativas en televisión de la campaña electoral que la UCD llevó a cabo durante las primeras elecciones democráticas de 1977. Principalmente, la táctica se vertebró en tres maniobras diferenciadas. En primer lugar, la UCD consideró que era necesario informar a la sociedad española de las medidas de su programa explicando, mediante intervenciones de populares ucedistas como Pío Cabanillas o Fernández Ordoñez, las características de su oferta política. En un segundo lugar, se recurrió a celebridades del mundo televisivo para sugerir a los telespectadores el voto para Unión de Centro Democrático, mientras eslóganes como “Vota seguridad con S de Suárez” sonaban en pantalla. Por último y al mismo tiempo, las apariciones televisivas de Adolfo Suárez provocaban un acercamiento al público español que fomentaban la sensación de confianza, de familiaridad y de seguridad de Suárez ante la sociedad<sup>79</sup>. Este tipo de modelo comunicativo sería más adelante utilizado como modelo para los partidos de la oposición en las consecutivas campañas políticas.

En este contexto de transición, Televisión Española no dispuso de ningún medio de comunicación referente al que poder imitar a nivel funcional, e incluso, podemos afirmar “que no existe un modelo canónico sobre lo que se puede considerar servicio público en telecomunicaciones”<sup>80</sup>. No obstante, la intención del órgano televisivo consistió en establecer una estructura programática que se adaptara a las necesidades de la población. Cabe mencionar como, a pesar de las indudables deficiencias de orden político, la transición española se había convertido en un modelo de prestigio que logró una adaptación progresiva y pacífica entre los poderes públicos y la sociedad española.

---

<sup>79</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p. 102.

<sup>80</sup> Walzer, A. y Retis, J. (2008). Modelos de servicio público en la televisión europea: entre la tradición y la innovación. Análisis comparativo de TVE y BBC. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n.º 31, p. 2.



En el marco televisivo se propusieron diferentes planteamientos con la pretensión de alcanzar una conducta en armonía con el reciente sentimiento democrático. En primer lugar, se trató de debilitar los valores que el franquismo había defendido durante todo el periodo dictatorial y que habían penetrado férreamente en las mentes de la sociedad española. En segunda instancia, en un contexto legislativo, se reivindicó como objetivo prioritario la creación definitiva del Estatuto para la Radio y la Televisión con el propósito de concretar las leyes que debían controlar el funcionamiento del Ente televisivo público<sup>81</sup>. Más no se trataba tan solo de determinar las directrices televisivas del país, sino de alcanzar un consenso entre los planteamientos más conservadores y el pensamiento procedente de la realidad democrática española de finales de los años setenta. La creación de la reglamentación se convertirá en objeto de complicadas discusiones y debates entre las direcciones políticas.

En 1977 se aprueban nuevas reformas en el contexto de política televisiva. En primer lugar, el Real Decreto del 28 de noviembre de 1977<sup>82</sup>, con el que se dispone el fundamento jurídico de “entidad propia”. En otras palabras, el Servicio Público Centralizado “Radiotelevisión” se transforma en Organismo autónomo del Estado. Como resultado, los medios audiovisuales del Estado quedarían sujetos al control parlamentario. En el mismo año, se crea el Consejo Rector Provisional de RTVE originado en los Pactos de la Moncloa de 1977 mediante un decreto del Ministerio de Cultura encargado de elaborar el futuro Estatuto de RTVE. El Consejo está formado por miembros de distintas coaliciones políticas con el propósito de establecer la seguridad informativa, aseverar el correcto funcionamiento del organismo y procurar un férreo control en las cuentas de RTVE. No obstante, el gran peso de los miembros del partido de UCD en comparación con los puestos del Partido Socialista provocarán rencillas internas debido a la falta de consenso entre ambas partes. De modo que el PSOE no logrará que se aprueben los planteamientos procedentes del partido por la falta de apoyo dentro de la comitiva. Por consiguiente, como resultado de las disputas y medidas llevadas a cabo por el Consejo

---

<sup>81</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p. 92.

<sup>82</sup> Real Decreto 2750/1977, de 28 de octubre, en desarrollo de la Ley General Presupuestaria; sobre transformación en organismo Autónoma del Servicio Público Centralizado. «BOE» núm. 266, de 7 de noviembre de 1977, páginas 24383 a 24383. “Radiotelevisión Española”.

Rector, Rafael Ansón abandona su puesto en noviembre de 1977 tras exponer su clara oposición a las decisiones y el comportamiento del Consejo Rector<sup>83</sup>. El intervalo temporal del Director General Rafael Ansón en el cargo, apenas un año y cuatro meses, supuso una etapa de cambios fructíferos y provechosos para la cadena en lo referente a los contenidos, a los formatos y en relación a la apertura del diálogo entre la clase política y los ciudadanos españoles.

Una vez finalizado el mandato de Rafael Ansón fue nombrado Director General de TVE Fernando Arias Salgado<sup>84</sup>. El nuevo responsable se mantuvo en su puesto directivo durante tres años y medio. A nivel de funcionamiento interno tuvieron lugar varios acontecimientos que podrían entenderse como una involución<sup>85</sup>. En la revista *Llegó la televisión* se mencionan de forma textual los siguientes enjuiciamientos:

“El hombre que recoge la herencia de Ansón es Fernando Arias Salgado Montalvo, el diplomático de la “Gestión por objetivos”. Gestión que no ha envidiado nada al desastre creado por su antecesor. Ansón y Arias Salgado son los dos personajes contemporáneos que más han desprestigiado a los trabajadores y al propio medio ante la opinión pública. Son los que han consolidado el reino de la mediocridad. Con Ansón, corrupción, y con Salgado, todo tapado, RTVE es hoy igual que ayer”<sup>86</sup>.

En primera instancia, tuvo lugar la primera huelga laboral de RTVE en diciembre de 1978 por la aplicación de la Ordenanza Laboral de la cadena. El ordenamiento consistía en una homologación de las categorías profesionales de todo el personal y una reclasificación profesional. En segundo lugar, tuvo lugar la dimisión de los cuatro directores de los telediarios lo que supuso un duro golpe mediático y de gestión para el director. Durante la etapa de Ansón se había generado un flujo de trabajo con el que los responsables de las ediciones informativas trabajaban con cierta libertad y autonomía. El dicho modelo de gestión había cambiado drásticamente con la nueva dirección. La insatisfacción por parte de los trabajadores y responsables de la cadena supuso la

---

<sup>83</sup> Martín, V., (2018). *op. cit.*, p. 324.

<sup>84</sup> Fernando Arias Salgado era hijo del ministro franquista, Gabriel Arias Salgado, que inauguró RTVE en octubre de 1956. El nuevo dirigente había desarrollado una carrera diplomática y estuvo en la ONU desde 1965 hasta el año 1970.

<sup>85</sup> Matilla, E. G. (1996). *Televisión española 1975-1982: los cambios antes del cambio*. Archivos de la filmoteca (23/24), 94.

<sup>86</sup> Díaz, D., Los Once hombres de la Televisión Española. *Llegó la Televisión*. p.54.

involución de la información y argumentaron que se había recuperado el modelo de trabajo de la información de la censura y las presiones de la dirección<sup>87</sup>. Estos acontecimientos se entienden claramente con la puesta en marcha por el medio del Departamento de Valoración y Análisis de Contenido, que consistía en un órgano censor que existía años atrás y que marcaba las directrices de contenido del medio televisivo<sup>88</sup>. Por consiguiente, el tratamiento de los contenidos era continuamente intervenido por los responsables del Departamento de Valoración y Análisis y los ajustes de las informaciones transformaron la realidad política y social del periodo de transición.

Finalmente, en 1980 con la aprobación del Estatuto de la Radio y Televisión Española se daría por finalizada la etapa del Director General de Fernando Arias Salgado. En el marco jurídico, un año antes, en septiembre de 1979, RTVE procedió a depender del Ministerio de Presidencia a través del secretario de Estado para la Información tras la aprobación del reglamento jurídico de la Radio y de la Televisión de 1979. Al margen del Estatuto, se generó una Gerencia para la Publicidad como órgano de gestión para la administración de la Primera y la Segunda Cadena<sup>89</sup>. Por último, resulta pertinente mencionar que en 1980 el medio televisivo cerró su ejercicio económico con un superávit de más de tres millones de pesetas, de manera que la cadena pública demostraba así su capacidad como administrador público.

El primer Director General de RTVE tras la puesta en marcha del Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980 fue Fernando Castedo Álvarez. El mandato del tercer director de la democracia estuvo marcado no tuvo reparos en reducir los espacios destinados a la crítica y de tendencia más independiente durante su estancia en el cargo<sup>90</sup>. Como resultado, el nuevo nombramiento no fue bien recibido por los integrantes de la UCD. El periodo de dirección de Castedo no logra completar nueve meses de vigencia. En octubre de 1981 se produce un nuevo nombramiento en la Dirección General, en este

---

<sup>87</sup> El 12 de enero de 1979, el País anunciaba la dimisión de Pedro Macía, responsable de una de las ediciones informativas de la cadena, precipitada por negarse a informar de una noticia falsa sobre una huelga en la RENFE.

<sup>88</sup> Martín, V. (2018). *op. cit.*, p. 325.

<sup>89</sup> *Ibid.*, p. 325.

<sup>90</sup> Tijeras, R. (2012). El cambio del PSOE en Radio Televisión Española. *Comunicación 21: Revista científica de estudios sobre cultura y medios*, n.º 2. p. 4.

caso la figura designada fue el político Carlos Robles Piquer. Sin apenas llegar al año, en julio de 1982 Eugenio Nasarre sustituye a Robles Piquer en la dirección. El poder mediático e informativo de Radiotelevisión Española había convertido al organismo en una potente herramienta de interés por parte de los partidos políticos y de los principales agentes de poder del país, lo que ponía en el foco de la polémica y el debate político a sus responsables. Como resultado del ansiado control del organismo televisivo público, los directores generales no eran capaces de soportar las presiones políticas y las complicadas maniobras tras la gestión del medio televisivo.

En definitiva, se determina que el poder comunicativo de la televisión convierte al medio televisivo en una herramienta imprescindible para contribuir y persuadir la opinión pública e incluso determinar el voto político<sup>91</sup>. Es decir, la apertura y el pluralismo se conjuga con un nuevo modelo de control político, más sofisticado, orientado ahora a la persuasión.

Cabe mencionar que, durante el periodo de transición se mantiene una supervisión en torno a los profesionales de la información, concretamente a periodistas y publicaciones específicas. A pesar de que en los setenta, a diferencia con la televisión de los años sesenta, se permite una mayor crítica informativa y una libertad periodística capaz de generar discusión política.

Por último, resulta indispensable concluir el apartado con el planteamiento de dos importantes cuestiones que dominan la atmosfera política y social a finales de la transición democrática. En primer lugar, se cultiva el germen en lo referente a la descentralización del servicio televisivo. En segundo y último lugar, comienza el debate en relación a la apertura de la competencia privada televisiva.

---

<sup>91</sup> La investigadora Virginia Martín en su análisis de la programación durante la transición española, expone ejemplos tan claros como que la intervención televisada de Adolfo Suárez durante la campaña electoral de 1979 se interpretó como la clave del éxito al atribuírsele la captación de un millón de votos en los últimos momentos. (Martín, V., (2018). *op. cit.* p. 325.)

### 2.2.3. La expansión del medio televisivo y la programación de carácter generalista y cultural

El propósito del presente apartado pretende exponer el nivel de cobertura y la presencia programática de los contenidos de las dos cadenas generalistas de Radiotelevisión Española. En consonancia con el punto anterior, resulta conveniente explorar la distinta programación de carácter generalista y de forma específica la programación de corte cultural diseñada para el periodo de transición democrática.

Conviene comenzar con el alcance del medio televisivo a finales de 1976. Mientras que la Primera Cadena materializó su dimensión al 90% del territorio español, la Segunda Cadena no llegaba a superar el 50% de los hogares españoles. Capitales de provincia como Cádiz, Málaga, Granada, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Salamanca, Badajoz o Girona carecen de cobertura televisiva de la conocida TVE 2 o UHF (*Ultra High Frequency*). El parque de receptores alcanza los 8 millones, sin embargo, solo un 10% de los televisores son en color. La audiencia diaria está fijada en unos 20 millones de telespectadores, por consiguiente, en el marco social se consideró a la sociedad española como un público audiovisualmente desarrollado<sup>92</sup>.

Cataluña se consagra como el primer territorio que exige fervientemente concesiones a RTVE. De manera que, las autoridades catalanas demandan que la Segunda Cadena (UHF) sea concedida a las comunidades autónomas con el objetivo de elaborar programación territorial, así como, un porcentaje de la frecuencia de la radio estatal. Ahora bien, las primeras medidas que conciernen a los medios autonómicos se especificarán en el ansiado Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980<sup>93</sup>. Durante el periodo de transición democrática, en concreto desde 1975 hasta comienzo de los ochenta se produjo una acumulación de las directrices y exigencias por parte de los organismos territoriales, las empresas y los telespectadores en lo referente al funcionamiento del

---

<sup>92</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p.95.

<sup>93</sup> En cuestiones autonómicas hubo algunas novedades programáticas, tal y como indica el historiador Manuel Palacio, con la creación del primer espacio en euskera con el informativo semanal *Euskalerrria* emitido en pantalla los viernes en horario de tarde.

medio televisivo. Es por esto que, resultó fundamental la creación de un Estatuto que pudiese complacer y responder las demandas de todos los agentes tanto públicos como privados.

Durante los años de transición, se comenzó a fraguar la idea, anteriormente expuesta, sobre la incorporación de nuevos organismos televisivos privados en el panorama audiovisual español. Sin embargo, con el propósito de bloquear esta iniciativa se construye una fuerte barrera empresarial y política que evita todo tipo de intrusión. El motivo de la resistencia de los poderes públicos fue la configuración y elaboración de la reforma de RTVE mediante la confección del Estatuto de la Radio y de la Televisión. No obstante, comienzan a llegar los primeros candidatos, Antena 3 será la primera cadena con el objeto de disputar un puesto en el cuadro televisivo. Sin embargo, la resistencia política hacia este tipo de apertura llevará a la cadena a los tribunales sin ningún tipo de beneficio ni permiso. Cabe mencionar como, a partir de los años ochenta se contabilizaron numerosas peticiones para ocupar posiciones en el escenario audiovisual español<sup>94</sup>.

En relación a nuestro objetivo específico de estudio, el marco programático durante los resquicios del régimen y el periodo de transición experimentó interesantes variaciones, especialmente a partir del año 1977. El número de horas de emisión aumentó tanto en la Primera como en la Segunda Cadena. La madurez audiovisual de los directores y realizadores de este periodo suscitan modernos y entretenidos formatos televisivos. Baste como muestra *El hombre y la tierra* (1974), *Informe Semanal* (1973), *La Clave* (1976)<sup>95</sup>, otros como *La Barraca* (1979) o la popular serie de *La España de los Botejara* (1976)<sup>96</sup>. Baste como muestra el ejemplo de *Informe Semanal* que uno de los formatos producidos y estrenados a finales del franquismo y que se mantuvo durante las siguientes décadas. El programa, dirigido por Pedro Erquicia, de corte cultural estableció la información de actualidad desde el punto de vista de la documentación, el debate y la práctica del reportaje. Un gran número de los contenidos que fueron elaborados durante este periodo suscitaron un tremendo éxito entre la sociedad española convirtiendo al medio televisivo

---

<sup>94</sup> Ibáñez, J. C. (2002). El reto de la audiencia ante la transformación del modelo televisivo en España (1985-1990). *Área Abierta*, n.º 2, p. 6.

<sup>95</sup> Programa inaugurado el 28 de enero de 1976, el mismo día que Carlos Arias Navarro pronunció su discurso involucionista en las Cortes.

<sup>96</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p. 96.

en una fuerte herramienta de cohesión social. Así, por ejemplo, otra muestra de programación cultural será *El hombre y la tierra* uno de los formatos que se mantendrán inmovibles en el recuerdo de los telespectadores españoles. El periodo de la transición fue considerado por muchos historiadores como la etapa dorada de la televisión, no obstante, no será por la cantidad de contenidos y programas emitidos, sino por el éxito de recepción por parte de la audiencia española.

A pesar de que la función informativa fue la principal protagonista de este periodo televisivo, el entretenimiento adquirió una magnitud imprescindible para las audiencias, en particular, con las retransmisiones deportivas y las series de ficción. La difusión de eventos deportivos se convirtieron en grandes espectáculos sociales y una potente herramienta de cohesión de la sociedad española. Mientras tanto, la carencia económica de la cadena trataba de solventar las dificultades técnicas por las que atravesaba el medio televisivo<sup>97</sup>.

En el contexto de los contenidos informativos resulta indispensable exponer el grado de manipulación ideológica y corrupción económica alcanzado por la entidad televisiva que precipitó la formación del Comité Anticorrupción en septiembre de 1978. El organismo tenía el propósito de controlar los movimientos financieros de la cadena y establecer los límites de la crítica y de los procedimientos censores. El Comité consiguió alzar la voz en la prensa y reivindicar sus libertades. Además, el nuevo grupo se conformó por militantes del Partido Comunista y de Comisiones Obreras. Meses más tarde, en 1979, una delegación de trabajadores pertenecientes a los servicios informativos expresaron su malestar ante la cúpula directiva. El motivo de la reivindicación se debía a las alteraciones informativas de las noticias y acusaron a la entidad televisiva por la falta de libertad de expresión en las redacciones.

En cuanto a series de ficción, producciones como *Curro Jiménez* (1976), *Cañas y barro* (1978), *Fortunata y Jacinta* (1980), *Verano Azul* (1981) o *Los gozos y las sombras* (1982) fueron formatos orientados al entretenimiento y de los cuales el medio televisivo recibió una respuesta muy satisfactoria por parte de sus telespectadores. De igual manera

---

<sup>97</sup> En el ámbito tecnológico se incorporan los sistemas ENG y se fortalece finalmente el sistema de codificación PAL (*Phase Alternating Line*).

sucedió con contenidos internacionales que ilustraron a la sociedad española valores de democracia cultivados en otros países. Como resultado, este fenómeno sirvió de modelo de referencia en el progresivo proceso de adaptación democrático de la sociedad española<sup>98</sup>.

En el contexto de los contenidos formativos y culturales, la estrategia consistió en algunos de sus casos adaptar las narrativas a contenidos informativos. De manera que, se educaba a la sociedad pero a partir de debates, entrevistas y coloquios con personalidades del mundo de la cultura, la ciencia, la política, etc. Los temas de actualidad referidos a la literatura, la música, el cine o la historia no eran presentados en forma de documental o de un formato más idóneo para divulgar, sino más bien, se cumplía un proceso de culturización de la sociedad a través del diálogo. Con todo, resultó que la audiencia española aceptó esta revolución en los formatos divulgativos y culturales. El principal programa de información cultural se estrena en 1976 bajo la dirección de Carlos Vélaz titulado *Encuentro con las Artes y las Letras* y comenzaba con las siguientes palabras:

La cultura no está perdida; está dañada a veces ausente, a veces olvidada, pero día a día nace y se rehace (...) recuperarla, buscarla, volver a hacerla nuestra y cargar con ella, es tarea fundamental de este pueblo nuestro (...). *Encuentros con las Artes y las Letras* pretende, a su manera, con un formato un tanto irregular (...) ocupar un lugar en la recuperación de la cultura para todos<sup>99</sup>.

*Encuentros con las Artes y las Letras* se convertiría durante años como el programa cultural por excelencia de la primera etapa democrática de la televisión pública. Mediante formatos compuestos por entrevistas, mesas redondas, debates, charlas didácticas se expusieron a la sociedad española gran parte de las disciplinas que conformaban la esfera cultural.

Otro de los casos que se deben destacar en este apartado es la creación e programa de entrevistas titulado *A fondo* y emitido en la Segunda cadena entre 1976 y 1981<sup>100</sup>. El programa esta dirigido por Joaquín Soler Serrano y consistía en una entrevista a fondo a personajes relevantes del mundo de la cultura. Por consiguiente, durante este periodo se

---

<sup>98</sup> Martín, V. (2018). *op. cit.*, p. 334.

<sup>99</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y Televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa, p. 86.

<sup>100</sup> *Ibid.*, p. 95.



produjeron los programas de mayor contenido cultural y contaron con las personalidades del mundo de la cultura de mayor transcendencia con el propósito de acercar los conocimientos formativos a la sociedad española.

Resulta indispensable detenernos en uno de los factores esenciales para la configuración de la programación televisiva de este periodo: el sector de la publicidad. En primer lugar, el aporte económico del servicio publicitario precipitó que los ingresos procedentes del sector se convirtieran en una herramienta comercial prioritaria para la creación de contenidos de la cadena. La precaria situación económica de la televisión pública provocó el reconocimiento del sector publicitario como una fuente de financiación clave para el organismo estatal. En consecuencia, las empresas y las marcas anunciantes comenzaron a controlar determinados aspectos de la lógica programática de las cadenas generalistas. Esta situación supuso un riesgo para la reforma televisiva del medio público, de manera que, también se debieron de sumar a la redacción las exigencias del sector publicitario.

En segunda instancia, a nivel político los partidarios de la inclusión de la televisión privada encontraron importantes apoyos en el sector publicitario. Las agencias y empresas de publicidad estaban interesadas en el aumento de las cadenas con la finalidad de incrementar su producción y como resultado los beneficios económicos. Y las marcas apoyaron la misma iniciativa con el objetivo de posicionar sus productos en el medio televisivo.

En el contexto publicitario se produjeron enormes mejoras en lo referente a la estética de los anuncios. El motivo de desarrollo de la apariencia audiovisual fueron las influencias de por las tendencias de mayor éxito que existían en el cine y en la televisión. Cabe mencionar como el desarrollo creativo en los formatos publicitarios fue reconocido por galardones a nivel internacional que servirán de impulso al éxito publicitario de los años ochenta y noventa<sup>101</sup>. Por consiguiente, la sociedad de consumo que había despegado

---

<sup>101</sup> Montero, M. y Rodríguez, A. (2018). La publicidad y los contenidos publicitarios en la televisión de la transición. En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 541.

durante los años sesenta se consolidó y se multiplicaron anuncios publicitarios de distintas marcas.

Por último, a nivel social las nuevas fórmulas publicitarias aprovecharon los renovados valores democráticos para invitar a los telespectadores a formar parte de la transformación cultural, política y social que experimentaba la sociedad española. Además, cabe mencionar como gran parte de esta producción publicitaria fue destinada hacia los públicos más jóvenes para suscitar una mentalidad de salto generacional que incitara al consumo y a la transformación social.

Antes de finalizar el apartado y de comenzar con el mayor cambio jurídico de esta etapa, se debe señalar la creación del Plan Técnico de Radiodifusión de 1980<sup>102</sup>. El Real Decreto confiere dos frecuencias de carácter nacional de onda media para la emisión radiofónica. La primera será adjudicada a la radio estatal y la segunda, de competencia privada será acogida por la Sociedad Española de Radiodifusión, más conocida como la Cadena Ser.

#### **2.2.4. El primer intento de democratización de la televisión: el Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980**

En el año 1980, tras los primeros años de pruebas de la programación televisiva española se enumeran las principales exigencias para llevar a cabo la primera reforma de carácter democrático de Radiotelevisión Española. A nivel legislativo fue la principal transformación jurídica de la historia de la televisión en España hasta el momento. Este periodo es conocido por la elaboración consensuada del “Estatuto de la Radio y de la Televisión” primera consideración con rango de ley que otorga a Radiotelevisión Española la categoría de “servicio público esencial”. La Ley expone las siguientes observaciones:

---

<sup>102</sup> Orden de 28 de agosto de 1980 por la que se desarrolla el Real Decreto 1433/1979, de 8 de junio, sobre radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. BOE núm. 209, de 30 de agosto de 1980, páginas 19570 a 19571.

La necesidad de establecer unas normas claras y precisas con rango de Ley para el funcionamiento de la radio y la televisión procede de la Constitución y del pluralismo político que proclama como valor del ordenamiento jurídico. La radiodifusión y la televisión, configuradas como servicio público esencial, cuya titularidad corresponde al Estado, se concibe como vehículo esencial de información y participación política de los ciudadanos, de formación de la opinión pública, de cooperación con el sistema educativo, de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones, así como medio capital para contribuir a que la libertad y la igualdad sean reales y efectivas, con especial atención a la protección de los marginados y a la no discriminación de la mujer. En la colaboración del presente Estatuto se ha partido de la Constitución, de la experiencia de otros países con sistemas democráticos de la misma orientación y de la propia realidad de cuya regulación se trata<sup>103</sup>.

Con el propósito de reducir y combatir las problemáticas de gestión del Ente público el Estatuto establece tres sociedades estatales: Radio Nacional de España, Radio Cadena Española y Televisión Española. Por consiguiente, se crea una Comisión Parlamentaria del Congreso de los Diputados para ejercer el control y gestión directa de las tres sociedades.

Una de las principales cuestiones a solventar por el Estatuto se trata de las licencias para los organismos televisivos de las Comunidades Autónomas. Los distintos territorios según iban accediendo a la autonomía habían comenzado a reivindicar sus posibilidades comunicativas a través de la pequeña pantalla. El Estatuto acuerda que el Gobierno, previa autorización de las Cortes Generales, puede conceder la gestión directa de un canal de televisión de titularidad estatal creado específicamente para cada Comunidad Autónoma y conocido como: el Tercer Canal. A partir de las consideraciones establecidas en el Estatuto se pondrá en marcha un complejo proceso de diseño para concluir con la Ley del Tercer Canal en 1983.

Los principios establecidos por el Estatuto para la actividad de los medios de comunicación social se basarán sobre los cimientos de la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones respetando la libertad de expresión. Cabe mencionar como se refuerza la idea de servicio público y se detallan los principales objetivos de televisión y su definición:

---

<sup>103</sup> Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. “BOE” núm. 11, de 12 de enero de 1980. Dirección General de Medios de Comunicación Social y Boletín Oficial del Estado. Legislación sobre la Radio y la Televisión

Se entiende por televisión la producción y transmisión de imágenes y sonidos simultáneamente a través de ondas o mediante cables destinados mediata o inmediatamente al público en general o a un sector del mismo, con fines políticos, religiosos, culturales, educativos, artísticos, informativos, comerciales, de mero recreo o publicitario<sup>104</sup>.

Además resulta interesante exponer los principios en los que deberá inspirarse la actividad de los medios de comunicación social del Estado<sup>105</sup>:

La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.

La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión.

El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución.

La protección de la juventud y de la Infancia.

El respeto de los valores de igualdad recogidos en el artículo catorce de la Constitución.

Por consiguiente, el Estatuto declaraba así las principales funciones de servicio público en relación a Televisión Española. Con el objetivo de llevar a cabo los principios clave de programación, se trabaja la división de competencias entre el Consejo de Administración y el Director General y se regulan por primera vez el derecho de rectificación, además de establecer las limitaciones ante el abuso publicitario.

En definitiva, la estructura del Ente público resulta configurada, en cuanto a su dirección y funcionamiento, en tres órganos diferenciados: el Consejo de Administración; los Consejeros Asesores de Radio Nacional de España, Radio Cadena Española y Televisión Española; y, por último, el Director General de RTVE<sup>106</sup>. La disposición del Consejo de Administración resultó ser uno de los debates fundamentales en la creación de la legislación. De manera que, se establece que el Consejo de Administración estará compuesto por 12 miembros, una mitad elegida por el Senado y la otra mitad por el

---

<sup>104</sup> Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. Capítulo Primero. Principios Generales y ámbitos de aplicación. *op. cit.* p. 844.

<sup>105</sup> *Ibid.*, p. 844

<sup>106</sup> Ley 4/1980. Estatuto de la Radio y la Televisión. Sección II de los órganos del Ente público, Artículo sexto. *op. cit.* p.845.

Congreso, mediante mayoría de dos tercios de la Cámara, entre personas de relevantes méritos profesionales y académicos. Además, los integrantes del Consejo de Administración no podrán compatibilizar su función en RTVE con cualquier otro puesto en el sector de la comunicación, televisión, radio o publicidad<sup>107</sup>. No obstante, el nombramiento del Director General se mantiene bajo la competencia directa del Gobierno. La única novedad en relación a esta cuestión será el consentimiento por parte del Consejo de Administración para emitir su parecer sobre la candidatura prevista para el cargo.

Tras la aprobación del Estatuto, el organismo televisivo se dispone para el cumplimiento de la reciente legislación. Resulta conveniente mencionar como, en este periodo la figura de Director General se convierte en una silueta tan intensamente política que se suceden a un ritmo impactante por su interés comunicativo. Sin embargo, cabe apuntar que la mayoría de los directores fueron acusados de manipular el contenido informativo. Por primera vez tras el Estatuto de 1980, en 1981 y ante un inesperado consenso político entre UCD y PSOE es nombrado Fernando Castedo como Director General, considerado el impulsor en el cambio de imagen de RTVE<sup>108</sup>. A pesar del esfuerzo, su lucha por la independencia en el contenido de los servicios informativos genera detractores entre miembros de la UCD. Como resultado, las acusaciones y presiones políticas que sufre durante su mandato precipitan su dimisión meses más tarde, lo que supone el primer atentado a la integridad lograda por la creación del nuevo Estatuto. De manera que, con una sustancial falta de consenso político ocupa el cargo el siguiente candidato, Carlos Robles Piquer. Durante su mandato, trabajadores de los servicios informativos se movilizan durante 1982 y argumentan la falta de veracidad y la manipulación de las noticias que llegan a las redacciones de Radiotelevisión Española<sup>109</sup>.

En definitiva, cabe destacar el objetivo último de la legislación fue la de “crear una estructura organizativa que, inspirada en los principios que informan la Constitución, sea

---

<sup>107</sup> Ley 4/1980. Estatuto de la Radio y la Televisión. Capítulo II. Organización. Sección III. Del Consejo de Administración, Artículo Séptimo. *op. cit.*, p. 845.

<sup>108</sup> López, J. y Martín, V. (2019). Suárez y Calvo-Sotelo en la pequeña pantalla: un estudio comparado del liderazgo televisivo durante la Transición democrática en España (1976-1982). *Comunicación y Sociedad*, vol. 32, n.º 1, p. 252.

<sup>109</sup> López, J. y Martín, V. (2019). *op. cit.*, p. 259.

suficientemente ágil como para encauzar los objetivos al principio expresados en una sociedad que, como toda sociedad moderna, esté en permanente transformación”<sup>110</sup>. Sin embargo, cabe mencionar que en el marco político la implantación de la nueva legislación se convertirá en una continua disputa entre los partidos políticos y la gestión del Ente televisivo, a pesar de que, su aprobación se produjo mediante un sólido consenso.

La situación política tras la aprobación del Estatuto de la Radio y la Televisión resultó acontecer de una manera compleja y convulsa. En enero de 1981 se produce la dimisión de Adolfo Suárez y se propone como nuevo candidato a Leopoldo Calvo Sotelo. El 23 de febrero de 1981, en la sesión de investidura del nuevo presidente tiene lugar un intento de Golpe de Estado por parte de los militares que con esfuerzo resulta sofocado esa misma madrugada.

Por consiguiente, se concluye que durante el periodo liderado por Adolfo Suárez se dieron los primeros pasos para una televisión democrática y de servicio público. Sin embargo, cabe destacar que las dificultades que acaecieron a la transición democrática ralentizaron los procedimientos y demandas de los poderes públicos y de la sociedad española. Por un lado, la falta de consenso entre el Gobierno de la UCD y la oposición política dificultó en gran medida la toma de decisiones y el entendimiento<sup>111</sup>. Hay que mencionar, además que la fuerte crisis económica que azotó España en estos años obstaculizó la configuración de reformas a nivel financiero. Entre ellos, la redacción del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 llegó de forma tardía e insuficiente a pesar del alto e inédito consenso político en el momento de su aprobación. Baste como muestra, la cuestión de la elección del Director General de RTVE que continuó funcionando como una cuestión íntegramente gubernamental.

La utilización y gestión del medio televisivo durante el periodo de la transición se diferenció notablemente del tratamiento del Gobierno del régimen. Sin embargo, el equipo de Adolfo Suárez llevó a cabo una estrategia mediática basada en la comunicación política. Con todo, la herramienta televisiva se convirtió en la correa de transmisión hacia una sociedad moderna y democrática. El planteamiento llevado a cabo por el Gobierno de

---

<sup>110</sup> Ley 4/1980, *op. cit.*, p. 844.

<sup>111</sup> López, J. y Martín, V. (2019). *op. cit.*, p. 260.

la UCD de convertir RTVE en un medio de difusión de valores y libertades lo convirtió en una herramienta fundamental para el cambio de mentalidad de la sociedad española. Las intervenciones políticas y del propio dirigente del Gobierno ante la pantalla consiguió un significativo acercamiento de los ciudadanos a los convulsos cambios políticos que tuvieron lugar en los años posteriores a la muerte del dictador. Por consiguiente, se debe exponer que la transformación social que tuvo lugar durante el periodo de la transición no se habría alcanzado sin el relevante papel que la televisión pública ejerció en las mentes de los telespectadores españoles que reservaron gran parte de su tiempo de ocio a la pequeña pantalla.

## 2.3. 1982-1996: FIN DEL MONOPOLIO TELEVISIVO EN ESPAÑA

### 2.3.1. Una televisión político-económica

En las elecciones generales de 1982, el Partido Socialista Obrero Español con Felipe González como líder de la formación alcanza un 48% de los votos frente al 7% de los votos de Unión Centro y Democracia. Por consiguiente, comienza una nueva etapa que se mantendrá hasta 1996 con la victoria del Partido Popular y José María Aznar como presidente del Gobierno.

Durante el periodo socialista se produce una importante mejora económica del país tras los intensos esfuerzos del Gobierno con el objeto de adaptarse a las nuevas medidas del Mercado Común Europeo. Como resultado, a partir de 1985 en España tienen lugar los primeros indicios de recuperación económica y en 1986 España ingresa como miembro de pleno derecho en la Comunidad Económica Europea.

El fortalecimiento del Estado de Bienestar es uno de los nuevos signos que la sociedad española experimenta durante el periodo socialista. Una situación desconocida socialmente en comparación con los precedentes históricos del franquismo y los primeros años de la transición democrática. La mejora en la calidad de vida de los ciudadanos españoles supuso que la tendencia cultural de la década socialista se popularizara tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales y, a nivel cultural una nueva corriente se instala entre la sociedad española la “movida madrileña”.

La década de los años ochenta es considerada por los historiadores del medio como uno de los mayores puntos de inflexión en la historia de la televisión, tanto en su funcionamiento, como en su organización y programación<sup>112</sup>. Principalmente, se comienza a fraguar la apertura real de las televisiones autonómicas y privadas. Y, tras el

---

<sup>112</sup> Artero, J., Herrero, M. y Sánchez, A. (2005). Monopolio, oligopolio y competencia en los últimos quince años de televisión en España. *Sphera Pública*, n.º 5, p. 93.



primer intento con el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980, se redacta nueva legislación para la gestión y estructura de los organismos televisivos.

El escritor Umberto Eco realiza una catalogación en lo referente a la historia del gigante mediático y afirma que podría dividirse entre la existencia de una fase de paleotelevisión, desde su origen hasta los comienzos de la década de los 80, y una neotelevisión, a partir de la puesta en marcha de la legislación socialista en 1982. En la etapa de la paleotelevisión predominan las programaciones gobernadas por valores pedagógicos, ideológicos, sociales o formativos con el objetivo de potenciar la cohesión social y cultural de las naciones. Sin embargo, la era de la neotelevisión incorpora la lógica económica y comercial, sustituyendo los valores de la paleotelevisión por las leyes del mercado<sup>113</sup>. Umberto Eco indica en su escrito *Apocalípticos e integrados*<sup>114</sup> que:

“La televisión sabe que puede determinar los gustos del público sin necesidad de adecuarse excesivamente a él. En régimen de libre competencia, se adapta a la ley de la oferta y la demanda pero no respecto al público, sino respecto a los empresarios. Educa al público según los intereses de las formas anunciantes. En régimen de monopolio se adapta a la ley de la oferta y la demanda según las conveniencias del partido en el poder”.

Por consiguiente, las teorías anteriormente expuestas por Eco nos permiten reflexionar sobre la transformación en la lógica programática que supone la apertura de la esfera televisiva en España. En un sistema de monopolio las cuotas de audiencia no se reparten entre más de dos canales que además pertenecen al mismo organismo televisivo. De manera que, el diseño de la programación televisiva puede configurarse sin tener en cuenta o comparar los contenidos previstos o emitidos de otros canales televisivos. En un periodo de paleotelevisión la configuración programática se encuentra a disposición de la dirección del organismo televisivo público, sin encontrar, por el momento, la independencia política integral. Sin embargo, en la fase de la neotelevisión el producto audiovisual depende de la lógica comercial propiciada por los intereses de la cadena por los beneficios de carácter económico. En definitiva, los contenidos televisivos, dependen

---

<sup>113</sup> Palacio, M. y Ciller, C. (2018). La programación y la estrategia de programación televisiva durante la era socialista. En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 568

<sup>114</sup> Eco, U., citado en Díaz, L. (1999). *Informe sobre la televisión en España (1989-1998)*. La década abominable. Barcelona: Ediciones B, p. 195.

de dos principios muy alejados de las funciones de servicio público, la incidencia política o la incidencia comercial.

Con todo, la profunda transformación de modelo televisivo precipitó el cambio en las regulaciones hasta entonces establecidas. En este contexto se generó la necesidad de adaptar las legislaciones a las nuevas demandas del mercado y de la lógica comercial primero, con la apertura de las cadenas autonómicas y en segundo lugar y años más tarde, con la llegada de la competencia privada.

El Estatuto de la Radio y la Televisión fue el pilar legislativo que precipitó el principal quebradero de cabeza político y administrativo en los primeros años del periodo socialista. El Estatuto televisivo de 1980 no formulaba una estrategia económica viable para el Ente público y además no contemplaba una legislación realista frente a la apertura de la competencia privada. Prácticamente, los principios de la televisión democrática tuvieron que redactarse desde cero con la creación del Estatuto y fueron muchos los aspectos que no se pudieron abordar en la confección del texto. La tarea de generar un consenso entre las necesidades de los telespectadores y la ciudadanía, los nuevos valores de libertad, las disposiciones políticas y la aparición de nuevas cadenas situaban al Ente televisivo en una encrucijada difícil de resolver.

En definitiva, a comienzos del periodo socialista la principal preocupación de la dirección televisiva sería la de implantar de la mejor forma que fuera posible las disposiciones redactadas en el Estatuto de la Radio y de la Televisión. Además, el objetivo de poner en marcha de forma inmediata la nueva legislación contó con el respaldo y el apoyo político, tanto en la oposición con la Alianza Popular como con los sindicatos de RTVE. Antes de finalizar el apartado, resulta imprescindible destacar que tal y como indica Manuel Palacio, se entendía el Estatuto de 1980 fue la Constitución de la televisión<sup>115</sup> y que en el instante de su proclamación tuvo lugar un consenso político del que había carecido históricamente la televisión pública en España.

---

<sup>115</sup> Palacio, M. y Ciller, C. (2018). *op. cit.*, p. 575.

### 2.3.2. Evolución del panorama audiovisual español. La transición en las directrices programáticas y legislativas.

A comienzos de la década de los ochenta Radiotelevisión Española experimentó la necesidad de establecer una reglamentación que tuviese la potestad de amparar a los usuarios de mayor sensibilidad como los jóvenes o los niños en relación a los contenidos publicitarios televisivos.

Por consiguiente, los poderes públicos comenzaron a gestar la regulación para el sector de la publicidad. Cabe destacar, que el último Estatuto de la Publicidad en España se amparó bajo la Ley 61/1964, pero que sus cláusulas habían caído en desuso por carecer de capacidad de adaptación de la nueva programación y regirse bajo los presupuestos políticos y administrativos previos a la Constitución. De manera que, el principal propósito de modernización fue medir y limitar la gestión publicitaria en las parrillas de programación. Durante los primeros años se dictaron varias regulaciones de forma puntual, sin embargo, dos medidas fueron las responsables de la normativa que se encargaría del contenido y la emisión de los anuncios publicitarios: las *Normas de Admisión de publicidad* y la *Ley General de Publicidad*.

En este contexto de transformación legislativa, el Consejo de Administración crea en 1983 las *Normas de Admisión de publicidad en TVE*. Las nuevas directrices pretenden regular las cuotas de emisión publicitaria (a 8 minutos máximo la hora), limitaciones en la emisión de spots de alcohol y tabaco antes de las 21:30 de la noche y de productos que estuvieran enfocados a los grupos infantiles o a la mujer. Sin embargo, tras las anteriores medidas se creó una segunda normativa que se convertiría en el primer reglamento con rango de Ley del que disponía la publicidad española. En 1988 se incorporó la Ley General de Publicidad en la que se establecían medidas que trataran de prevenir las emisiones de contenido publicitario ilícito. Ejemplo de esta protección fueron los spots de bebidas alcohólicas y de tabaco y se planteó la problemática de la publicidad estática, por

ejemplo, los anuncios que aparecían en las retransmisiones deportivas<sup>116</sup>. Además, el ordenamiento se comprometía a una actualización de la legislación precipitada por la adhesión de España a la CEE, lo que suponía generar una armonía con las reglas de funcionamiento del resto de países europeos.

La Ley General de Publicidad 34/1988 publicada en el BOE el 15 de noviembre de 1988 establecía las directrices de la publicidad ilícita que atentara contra la dignidad de la persona y los derechos reconocidos en la constitución, especialmente a lo que se refería a la infancia, la juventud y la mujer. Además, establecía las definiciones de la publicidad engañosa, desleal y subliminal. En sus títulos abarcaba aspectos como la contratación publicitaria y la acción de cesación y rectificación de los procedimientos<sup>117</sup>.

Un año después, en octubre de 1989, con meses de retraso en la incorporación al ordenamiento jurídico español, se aborda a nivel europeo la Directiva de la *Televisión Sin Fronteras*. La recepción de las nuevas directrices albergaron la posibilidad de generar problemas con la iniciativa privada y de generar complicaciones adaptativas para la televisión pública. Con todo, la legislación designaba las principales limitaciones en cuanto a cuotas máximas de emisión de publicidad, establecía los horarios de las franjas infantiles y, de una manera novedosa, se establecieron unos mínimos de emisión de contenidos europeos para fomentar el producto europeo para la producción y emisión entre los países vecinos.

Las nuevas reglamentaciones en el ordenamiento jurídico español fueron implantadas de muy distintas formas por los tres directores generales que conformaron el mandato de RTVE durante los años de periodo socialista. El primer director del Ente televisivo, considerado como una de las figuras más representativas en la esfera de la televisión pública durante estos años, fue José María Calviño entre 1983 y 1986. Este último ejerció durante más de cuatro años como Director General de RTVE. La principal motivación de la reciente dirección tenía como objetivo una renovación organizativa para RTVE. Sin embargo, el nuevo director general, a pesar de comenzar su mandato con

---

<sup>116</sup> Palacio, M. y Ciller, C., (2018). *op. cit.*, p. 576.

<sup>117</sup> Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. BOE núm.274, de 15 de noviembre de 1988. Legislación sobre la radio y la televisión. Dirección General de Medios de Comunicación Social y Boletín Oficial del Estado. Madrid, 1990.

ansias aparentemente renovadas y revolucionarias pronto se encontró salpicado por casos de manipulación en la programación y en la información en favor gubernamental. Además, la Dirección del Ente público se enfrentó a múltiples retiradas dentro de sus equipos de informativos que reivindicaban veracidad y objetividad en los contenidos emitidos<sup>118</sup>.

En octubre de 1986 Pilar Miró sería la segunda persona en ocupar el cargo de Directora General de la institución pública televisiva en el periodo socialista. Uno de los hechos más significativos a manos de la cineasta fue la creación del Comité de Dirección. En realidad, la creación del Comité significó la sustitución del Consejo de Administración con el que tuvo numerosos enfrentamientos al comienzo de su mandato. Pilar Miró se encargó personalmente de supervisar las decisiones en la programación y dividió en tres grandes ramas las áreas principales del organismo: programas, informativos y producción. El mandato de la directora de cine no llegaría a cumplir los tres años de duración. Los casos de manipulación en favor gubernamental y la acusación, por parte de la oposición, de malversación de fondos públicos, precipitaron su dimisión a comienzos de 1989<sup>119</sup>.

Durante un periodo de tiempo más breve que Pilar Miró, algo más de un año, tuvo lugar en la dirección general del Ente el turno de Luis Solana. Sin embargo, el director encontró obstaculizado su mandato por la constante presión ejercida por el Partido Popular ante las acusaciones de imparcialidad del contenido televisivo.

A finales de los años ochenta, Radiotelevisión Española se encontraba sumida en un marco político de crispación. La fuerte oposición política ejercida por el Partido Popular acusó a la Administración de RTVE de una intensa manipulación de los contenidos. Estos acontecimientos provocaron que Luis Solana no soportara las presiones del momento y decidiese abandonar su cargo en febrero del año 1990.

El comienzo de los años noventa supuso un punto de inflexión en la historia de la televisión española. El Consejo de Administración de RTVE optó por uno de sus miembros para liderar el gigante mediático, Julián García Canda. En este contexto

---

<sup>118</sup> Barroso, J., y Tranche, R. R. (1996). 1990-1995: La televisión de las competencias o del paso del teledrama a la telecomedia. *Archivos De La Filmoteca*, n.º 23, p. 200.

<sup>119</sup> Martín, J. (1998). Pilar Miró. Directora General de RTVE. *Nosferatu. Revista de cine*, n.º 28, p. 63.

debemos detenernos en los acontecimientos que marcaron el mandato del nuevo director y las razones por las que se produjeron numerosas modificaciones en el organismo televisivo, además, de mencionar un intencionado olvido parcial de la nueva legislación establecida en el Estatuto de 1980. La inclusión de las cadenas privadas obligó al Ente de RTVE a una reestructuración en su organización y funcionamiento para establecer una digna estrategia programática que hiciese frente a la competencia privada en términos de entretenimiento e información. El resultado de esta enmienda se tradujo en la aprobación por parte del Consejo de Administración de la disposición “Principios básicos de organización y funcionamiento del Ente Público RTVE y sus sociedades RNE y TVE”. El cambio en la estructura del Ente supuso la mayor modificación en su organigrama en décadas dotando de autonomía y descentralización a RNE y TVE<sup>120</sup>. Además, se crearon nuevas políticas internas que basaron sus intenciones en una adaptación de las nuevas estructuras y reestablecer las directrices que regían la programación de la institución entendida como Ente televisivo único.

Sin embargo, en el marco político y legislativo se produjeron escasas modificaciones como consecuencia de la falta de consenso político y las continuas sacudidas en las figuras de los directores generales de RTVE. El Estatuto de 1980 no experimentó apenas modificaciones en su reglamentación durante el periodo socialista. El político, Eugenio Nasarre, afirmó que<sup>121</sup>:

“Lo que ocurre es que para que la televisión pública cumpla con las misiones que le corresponde asumir – y que son su razón de ser- necesita urgentemente cambiar sus reglas del juego. El Estatuto de 1980 es una entelequia y la obstinación en mantenerlo y aplicarlo de la peor de las maneras posibles ha conducido a la situación desesperada de nuestra televisión pública. Es ésta una tarea ineludible, que deberá afrontarse cuanto antes, pero sólo será posible si se produce un suficiente acuerdo entre las fuerzas políticas, últimos responsables en el diseño del modelo”.

La insatisfacción reglamentaria y el desacuerdo político provocaron que durante el periodo que transcurre entre 1990 y 1995 se estableciesen numerosos debates a favor de una reestructuración de la administración televisiva con la pretensión de paliar los

---

<sup>120</sup> Palacio, M. y Ciller, C. (2018). *op. cit.*, p. 578.

<sup>121</sup> Nasarre, E. “Prólogo”. En Piedrahíta, M. (1994). *El rapto de la televisión pública*. Madrid: Noesis, p. 12.

problemas de su inviabilidad económica y el descontento generalizado de su funcionamiento. Por ello en 1993, el Senado español plantea dos grandes propuestas para modificar la situación del panorama televisivo español: la aportación económica estatal y la creación de un órgano autónomo regulador.

Por un lado, una nueva regulación para la televisión pública con el argumento de que el servicio público no puede continuar con el sustento único de vertientes privadas sin ningún tipo de aporte económico estatal. En realidad, lo que se planteó fue una redefinición del sistema de gestión para dejar de ser la excepción europea en cuanto al modelo financiero de televisión pública<sup>122</sup>.

Por otro lado, el Senado expone la necesidad de generar un órgano regulador que funcione como autoridad máxima del audiovisual. De manera que se proyecta la propuesta de crear un órgano independiente que cumpliera funciones como garantizar la veracidad y la objetividad en la información, asegurar el funcionamiento de las nuevas regulaciones o controlar el contenido de producción propia de la cadena. Además, la nueva autoridad debía de ser aprobada por dos tercios del Parlamento y al menos la mitad del Congreso y del Senado.

A finales del periodo socialista se había gestado la necesidad imperante de una reforma general para el Ente televisivo público. El modelo de financiación se encontraba en una situación precaria, los años noventa supusieron el desastre para los contenidos de servicio público, las intenciones narrativas de las cadenas privadas marcaron la orientación para el resto de televisiones<sup>123</sup>, y el organismo televisivo funcionaba sin supervisión externa a las paredes de Radiotelevisión Española.

---

<sup>122</sup> En algunos de los países de la esfera europea se había impuesto el *canon televisivo* como una cuota que financiara el sistema televisivo público.

<sup>123</sup> La tarta de audiencia se fragmentó drásticamente y RTVE llevó a cabo un proceso de homogeneización con los contenidos de mayor cuota de share de sus cadenas contrincantes. Este hecho perjudicó a los contenidos de servicio público que no disponían de las franjas de máxima audiencia, ni del público suficiente para poder competir con las programaciones privadas.

### **2.3.3. Una estructura televisiva sofisticada a nivel programático**

Durante el periodo socialista la programación de Radiotelevisión Española resultó un entramado de contenidos complejo y sofisticado. Las tendencias y transformaciones sociales y económicas acaecidas a lo largo de estos años afectaron directa e indirectamente a las parrillas de programación del organismo público televisivo. Inevitablemente, existe una estrecha relación entre el tipo de emisiones, el contexto histórico del periodo, el sistema de financiación y las necesidades sociales del público televisivo. Por consiguiente, para el mejor entendimiento de las transformaciones programáticas del medio es necesario una exposición de los distintos aspectos que propiciaron el fin de esta etapa dorada de la televisión.

En primer lugar, en lo referente al aspecto tecnológico, la década de los años ochenta estuvo marcada por la llegada del color a las televisiones españolas. Además, en los procesos de producción y postproducción tuvieron lugar modificaciones tecnológicas en los equipos técnicos de rodaje y en las cabinas de edición y creación de efectos. En consecuencia, la audiencia española comenzó a acostumbrarse a una mayor espectacularización de los productos audiovisuales.

En el marco social, el público comenzó a demandar una mayor oferta televisiva centrando sus peticiones en información y contenido más cercano, es decir, programación local o regional. Además, los telespectadores solicitaron una ampliación de las franjas horarias de emisión para que cupiesen una mayor oferta de contenidos y programas. La sociedad española en los años ochenta potenció la aparición de series de ficción de mayor calidad, retransmisiones de eventos deportivos con un mayor número de cámaras o informativos con contenidos grabados fuera de platós.

En definitiva, la demanda de un mayor contenido de calidad, el aumento de los minutos de emisión y revolución tecnológica significaron un aumento de los presupuestos en la cadena pública y una redefinición del planteamiento económico. Al margen de iniciativas relacionadas con el establecimiento de un canon televisivo, las alternativas de



las que disponía el organismo público eran reducidas. Por un lado, el aumento del porcentaje económico proveniente de los presupuestos generales del Estado, por otro lado, el incremento de los ingresos por parte del sector publicitario. La decisión final se consolidó en un encarecimiento de las tarifas para los contenidos publicitarios y en un aumento de los minutos de emisión publicitaria.

La razón de la vertiente publicitaria por parte de la cadena se precipitó por una noticia poco conveniente en relación con el organismo televisivo. En 1984, el Ministerio de Economía y Hacienda decidió retirar la subvención estatal de la que disponía Radiotelevisión Española. Este acontecimiento originó un malestar en el Consejo de Administración de RTVE que argumentaba efusivamente ante las élites gubernamentales la inviabilidad financiera de la cadena con la exclusiva aportación económica proveniente del sector publicitario. Además, cabe destacar como la retirada de la subvención estatal suponía un grave incumplimiento del recientemente aprobado Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980<sup>124</sup>.

A nivel mediático, el nuevo modelo de financiación de mediados de los años ochenta provocó una respuesta devastadora en la sociedad española. Las emisiones de TVE se encontraron inmersas en contenido publicitarios en todos sus formatos y los telespectadores fueron partícipes de un sentimiento general de descontento<sup>125</sup>. El público español quedó duramente insatisfecho cuando se percataron de la pérdida cualitativa en el contenido televisivo. Además, en este periodo programático fueron testigos de una oleada de publicidad que dificultaba la diferenciación y el valor de la programación de carácter de servicio público.

Por consiguiente, la cadena pública comenzó a configurar estrategias de adaptación al nuevo panorama económico que ofrecía el sector publicitario. En primer lugar, una de las medidas fue la ampliación de la franja horaria del prime time con el objeto de aumentar la oferta publicitaria e incrementar los precios de los spots que se emitían en los horarios de máxima audiencia. La decisión se tomó en 1983, el propio Ramón Gómez Redondo adelantó el telediario nocturno 30 minutos, a las 20:30, con el

---

<sup>124</sup> Medem, J. (2007). *La agonía de TVE, ó, cómo se destruye la televisión pública*. España: El viejo topo, p. 39.

<sup>125</sup> Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos*. Madrid: Eresma, p. 79.

propósito de aumentar drásticamente la inversión publicitaria. Resulta inevitable mencionar el incremento en las cifras de inversión publicitaria: en 1983 la cuantía fue de 314.988 euros, en el año 1990 la cifra de inversión alcanzó 1.246.988 euros<sup>126</sup>. En apenas siete años se multiplicó por cuatro el capital aportado por el sector publicitario por la falta de recursos en la cadena televisiva. Además, en 1982 RTVE estrena una nueva sede de trabajo a la que se denominó Torrespaña. Por lo tanto, la década de los noventa estaría dotada de una programación que cubría, prácticamente, las 24 horas de emisión diaria en ambas cadenas.

Cabe mencionar, como aspecto positivo, que en el ámbito de la creatividad publicitaria España se convirtió en una de las grandes potencias a nivel internacional entre los años 1986 y 1992. Los grandes festivales europeos entregaron premios a las empresas españolas productoras del contenido publicitario que llenaría las pantallas de los ciudadanos españoles.

En el marco de la programación, los contenidos informativos fueron rediseñados y se convirtieron en una de las principales señas de identidad y de calidad de TVE. Los telespectadores españoles encontraron un espacio diario en el que nutrirse de la realidad política y social. Los presentadores de los espacios informativos cambiaron y se eliminaron las figuras carismáticas que dotaban de carácter a la información. Baste como muestra el caso de Jesús Hermida, Manuel Campo o Joaquín Arozamena. Simultáneamente, los principales aspectos de mejora tuvieron lugar en el contenido y en la moderna tecnología con que contaron los populares programas informativos. En el ámbito de los formatos informativos se crearon nuevas secciones especializadas, como por ejemplo, el apartado de contenido meteorológico o los minutos específicos dedicados a comentar las noticias deportivas de mayor interés.

En el marco tecnológico, las imágenes experimentaron una gran mejora con el abandono del 16mm y la implantación del vídeo en *Betacam*. Los sistemas de rodaje y las cámaras se convirtieron en equipos de mayor versatilidad y pudieron modificar el aspecto estético de las noticias, las retransmisiones y de las entrevistas. Además, en este periodo los

---

<sup>126</sup> Palacio, M. y Ciller, C. (2018). *op. cit.*, p. 580.

programas de información fueron testigos de los grandes avances en la recepción de contenidos mediante las tecnologías de satélite y enlace<sup>127</sup>.

En el contexto de la ficción, se incrementaron los formatos estadounidenses en relación con el total, sin embargo, la cadena pública apostó por incrementar el número de ficciones televisivas de producción propia. Además, la ficción televisiva española del periodo socialista se encuentra caracterizada por su estética cercana al mundo del cine, nuevas fórmulas de realización y una apariencia bien diferenciada de los contenidos de ficción emitidos durante el periodo de la transición. De forma específica se cubrieron cuestiones relacionadas con la memoria histórica y la Guerra Civil, además, continuaron las adaptaciones literarias y comenzó a germinar un género poco demandado, la comedia.

Durante los primeros años de los noventa, la programación en la Primera Cadena comienza a ser predominantemente de origen nacional. Cabe destacar series televisivas como *Hostal Royal Manzanares* (TVE) o *Farmacia de Guardia* (Antena 3) que alcanzaran grandes cuotas de audiencia. Y, resulta necesario agregar que las creaciones estadounidenses que habían resultado tan relevantes en las parrillas de programación de años anteriores comienzan a desaparecer de las franjas horarias de prime time.

En el caso de la Segunda Cadena, la dirección de RTVE no supo gestionar la programación de TVE-2 de forma complementaria a la Primera Cadena. De manera que, únicamente cuando algún programa funcionaba en lo referente a la audiencia los responsables de programación lo trasladaban a la Primera Cadena. TVE-2 se convirtió en un recipiente de eventos deportivos y oferta cultural para grupos y audiencias minoritarias y su dirección programática propició la pérdida de gran parte de su personalidad. En un aspecto social los datos ayudan a la investigación a detectar los perfiles programáticos por cadenas y la consolidación de la audiencia televisiva. La Primera Cadena comenzó a derivar parte de sus contenidos divulgativos y documentales a la Segunda. Estas acciones derivaron en que las audiencias fueron mayoritariamente femeninas en la Primera

---

<sup>127</sup> García, J., Arias, F. y Martín, V. (2018). Los programas informativos: 1982- 1990". En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 585.

Cadena<sup>128</sup>, mientras que en la Segunda Cadena se alcanzó un 60% de público especialmente masculino.

Cabe destacar que la programación formativa y cultural durante los años del periodo socialista fue considerada como un elemento fundamental en el intento de cumplimiento de servicio público de RTVE. Sin embargo, los esfuerzos por encontrar formatos atractivos no consiguieron mantener en antena durante un largo periodo, al igual que en etapas anteriores, la programación de servicio público. La descentralización televisiva de los primeros años de la década de los noventa produjeron una degradación del contenido cultural. Los formatos divulgativos y formativos no conseguían reunir fuerzas para participar en la pugna por las audiencias. Por consiguiente, el contenido cultural se convirtió en un elemento pendiente del rescate por parte de las obligaciones de servicio público.

Finalmente podemos concluir, como a finales de los años ochenta Radiotelevisión Española culminó lentamente su época dorada ante la aparición de los nuevos organismos televisivos privados. Cabe mencionar que, en este periodo el Ente televisivo público aumentó en tres millones y medio su audiencia en TVE-1 y casi cuatro millones y medio de telespectadores en TVE-2<sup>129</sup>. Con todo, el incremento de la cuota de pantalla se llevó a cabo a pesar de los continuos cambios en la dirección de RTVE, la complicada gestión económica y el exceso de formatos y contenidos publicitarios.

En definitiva, a pesar de que a finales de los años ochenta RTVE alcanzó sus cuotas máximas de audiencia se detectó un notable desencanto en la actitud de los telespectadores a lo largo del periodo debido a la pérdida de los contenidos propios de carácter cultural. Los ciudadanos manifestaron su deseo por la multiplicidad de la oferta de contenidos y se encontraron con una televisión financiada e infestada de contenidos publicitarios. Por consiguiente, se produjo una pérdida paulatina de la programación elaborada con carácter de servicio público.

---

<sup>128</sup> Cabe destacar que las audiencias en TVE-1 se concentraban en las franjas de sobremesa y nocturnas. En cambio, en la Segunda Cadena, los telespectadores se concentraban en los horarios de noche.

<sup>129</sup> Roel, M. y Grandío, M.<sup>a</sup> M. (2018). Audiencia y consumo televisivos en la era socialista (1982-1990). En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 804.

A pesar del esfuerzo por las múltiples direcciones del Ente televisivo de RTVE, la sociedad española recibió con agrado a las nuevas cadenas autonómicas y privadas que ofrecían nuevos contenidos y formatos muy diferentes de la idea de servicio público que intentaba ofrecer Radiotelevisión Española.

#### 2.3.4. Los primeros pasos de la descentralización televisiva: La Ley del Tercer Canal

El panorama audiovisual español experimenta uno de los más relevantes fenómenos de la década de los años ochenta y noventa con la creación de las cadenas televisivas autonómicas. Sin lugar a duda, la descentralización de la televisión en España había sido uno de los principales discursos que reclamaban las Comunidades Autónomas desde comienzos de la década de los ochenta, especialmente los territorios de Cataluña y el País Vasco<sup>130</sup>. La apertura del mercado televisivo significó un incremento en la pluralidad de los contenidos informativos, educativos y de entretenimiento, y supuso el fin del monopolio de RTVE. No obstante, cabe mencionar que la totalidad del parque de emisiones seguía siendo de titularidad estatal.

A pesar de la pronta aparición de los órganos televisivos autonómicos, su nacimiento se produjo en unas circunstancias de vacío legal en lo referente a regulaciones específicas del tercer canal. El País Vasco y Cataluña trabajaban en un servicio televisivo en pruebas desde los primeros años ochenta. Aún cuando la presión de los organismos autonómicos había resultado un fuerte elemento de coacción, no será hasta 1983 que el Gobierno aprueba la Ley Reguladora del Tercer Canal puesta en marcha a lo largo del año 1984.

La apertura del tercer canal se consideró como un antecedente, equivalente a lo que sucedería con la programación privada en la década de los noventa, que presentaba

---

<sup>130</sup> Marzal, Felici, J. (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I y Universitat Pompeu Fabra. p. 163.

los principales aspectos de la descentralización televisiva española. La transformación radical en el modelo de consumo tendría lugar a comienzo de los noventa ante la tardía llegada de las emisoras privadas. Rueda y Chicharro exponen que:

La conocida como Ley del Tercer Canal no es más que la materialización legal de una posibilidad ya recogida en el Estatuto de la Radio y de la Televisión que, de alguna manera, preveía ya dos años antes, la multiplicación de los operadores públicos<sup>131</sup>.

De manera que, durante este periodo la nueva regulación pretende parecer un reflejo mejorado del Estatuto de 1980. En el texto se establecen las premisas para generar un modelo autonómico televisivo con sólidas estructuras en sus distintas vertientes de producción, gestión y financiación televisiva.

La nueva ley autoriza al Gobierno para que tome las decisiones perentorias para la puesta en funcionamiento de un tercer canal de televisión de titularidad estatal. Además debía de otorgarlo, en régimen de concesión, en el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma, previa solicitud de los órganos de gobierno de estas, en los términos previstos en los respectivos Estatutos de Autonomía y en el Estatuto de la Radio y de la Televisión<sup>132</sup>.

El Estado debía de proporcionar a cada Comunidad Autónoma la infraestructura técnica de una red para la difusión del tercer canal, pero con la condición de que:

El Organismo de gestión del tercer canal de cada Comunidad Autónoma vendrá obligado a satisfacer, al vencimiento de cada año, un canon por la utilización de la red, cuya cuantía se calculará de forma tal que absorba los costes de mantenimiento, explotación y amortización de los equipos y parte proporcional de la infraestructura de la misma<sup>133</sup>.

Los intentos por parte del Gobierno fueron numerosos en el propósito de dar salida a las peticiones de las distintas comunidades en forma de un tercer canal o compartiendo la Segunda Cadena de RTVE. Sin embargo, los múltiples esfuerzos de

---

<sup>131</sup> Rueda, J. y Chicharro, M.<sup>a</sup> M. (2006). *La televisión en España (1956-2006)*. Política, consumo y cultura televisiva. Editorial Fragua, Madrid, p. 283.

<sup>132</sup> Ley 46/1983, de 26 de diciembre, de Reguladora del Tercer Canal de Televisión. Art. 1º *BOE* núm. 4, de 5 de enero de 1984. Legislación de Telecomunicaciones. Editorial Tecnos, Madrid, 1997.

<sup>133</sup> *Ibíd.*

Radiotelevisión Española por concentrar las programaciones autonómicas en su Segunda Cadena resultó ser un caso fallido. Como respuesta a las peticiones regionales en 1984 se inauguran nuevos centros territoriales en Baleares, Cantabria y Madrid, además, del ya existente centro de producción de Barcelona y el País Vasco, por último, en 1985 es el turno de La Rioja. Tal y como expone Enrique Bustamante:

Se alcanza una elevada suma de programación descentralizada que comienza a corregir el extremado centralismo tradicional de RTVE: desde unas 1200 horas/año en 1982, en 1986 las emisiones regionales se habían multiplicado por más de tres, pasando a ser 5.230. Así no parece casual que en 1987 se constatará que los centros regionales se habían convertido en la segunda televisión del país por captación publicitaria, con un 9,5% del total de la inversión<sup>134</sup>.

No obstante, la situación previa de las comunidades pioneras en generar un modelo autonómico de televisión no encontrarán un vía sencilla tras la legalización televisiva a partir de 1984. La nueva ley, en sus artículos, establece premisas y prohibiciones establecidas para prever la competencia directa con el órgano televisivo central RTVE. En su artículo 16 la nueva regulación dicta que las Sociedades del tercer canal no podrán adquirir en exclusiva programas que impidan su proyección en un ámbito territorial distinto del de su propia Comunidad ni tampoco contratar en exclusiva la retransmisión de acontecimientos de interés nacional o la retransmisión en directo de acontecimientos deportivos de ámbito internacional<sup>135</sup>. En este sentido, José María Calviño, Director General de RTVE es testigo directo de estos momentos de confrontación generada por las limitaciones en la red a los enlaces entre distintos centros territoriales y al espectro internacional. Con todo, será durante el mandato de Pilar Miró en 1986 cuando se inicia una etapa de conciliación con las Comunidades Autónomas mediante la firma de un acuerdo con TV3 para compartir enlaces.

A partir de 1989 quedan conformadas las televisiones autonómicas de País Vasco, Cataluña, Galicia, Andalucía, Madrid y Valencia. Algunas comunidades como Cataluña y País Vasco crearon incluso un segundo canal para reforzar la programación<sup>136</sup>. En el

---

<sup>134</sup> Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y de la Televisión en España, Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, p. 119.

<sup>135</sup> Ley 46/1983, de 26 de diciembre, de Reguladora del Tercer Canal de Televisión. *op. cit.*

<sup>136</sup> En el País Vasco se creó la cadena ETB-2 en 1986 y en Cataluña Canal 33 en el año 1989.

mismo año nace la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos como un órgano regulador de los nuevos canales conocido como la FORTA. La institución es generada con la intención de gestionar y coordinar los seis aparatos autonómicos. Años más tarde, con cierto retraso en relación con sus comunidades vecinas, tienen lugar las primeras emisiones de la televisión canaria en 1999 (TV Canaria) y en el año 2001 Castilla La Mancha con TV Castilla- La Mancha<sup>137</sup>.

Los gobiernos autonómicos generan modelos de gestión para sus organismos televisivos con el propósito de que respeten y cumplan los requisitos de la Ley del Tercer Canal y del Estatuto de Radio y Televisión de 1980. Las nuevas pautas precipitan que a nivel de gestión y de financiación se repitieran parte de los errores que RTVE había experimentado durante sus últimas décadas a causa de no formular nuevos modelos administrativos y utilizar a RTVE como reflejo de ordenación. Por último, en la estructura organizativa se imitó el esquema jerárquico de las figuras del Director General y el Consejo de Administración.

En el marco económico, el artículo 17 exponía que la financiación para una gestión efectiva del tercer canal de televisión se haría mediante subvenciones consignadas en los presupuestos de las Comunidades Autónomas, la comercialización y venta de sus productos y la participación en el mercado de la publicidad<sup>138</sup>. Asimismo, los porcentajes mostrados tras un balance realizado en 1996 mostraron que desde el punto de vista financiero, la mayoría de las cadenas autonómicas dependían en más de un 50% de sus recursos de las subvenciones de los avales de deuda del respectivo gobierno autonómico. Baste como muestra observar los porcentajes que alcanzaban el 71,9% como en la Radiotelevisión Vasca. No obstante, Cataluña mantenía, por el momento, una mayoría de ingresos publicitarios que suponían el 58% de sus recursos<sup>139</sup>.

El nacimiento de las televisiones autonómicas coincidió con la retirada del dinero público a RTVE por parte del Ministerio de Hacienda en 1983. Este tipo de acontecimientos provocaron que las televisiones autonómicas encontraran un camino complejo con las administraciones que controlaban el sector televisivo. Prueba de esto fue

---

<sup>137</sup> Rueda, J. y Chicharro, M.<sup>a</sup> M. (2006). *op. cit.* p. 285.

<sup>138</sup> Ley 46/1983, de 26 de diciembre, de Reguladora del Tercer Canal de Televisión. *op. cit.*

<sup>139</sup> Bustamante, E. (2013). *op. cit.* p. 123.



que, al margen de ser un modelo de experimentación recién creado, los canales autonómicos deberían empezar a establecer una estrategia para competir por los anunciantes publicitarios.

En el marco político, al igual que estaba establecido en el Estatuto de Radio y Televisión de 1980, la Ley del Tercer Canal establecía que el Gobierno podría hacer que se difundieran cuantas declaraciones o comunicaciones oficiales de interés público estimaran necesarias en los canales estatales. Los comunicados se expresarían en castellano y en la otra lengua oficial de la Comunidad Autónoma correspondiente. Además, las declaraciones y los comunicados estarían dotados de efecto inmediato<sup>140</sup>. La réplica de esta medida garantizaba al Gobierno Central que todos los medios de titularidad estatal pudiesen estar disponibles en caso de un comunicado de urgencia o de interés nacional o regional, pero también mostraba el sometimiento político característico de los anteriores periodos políticos. Cabe mencionar que en la disposición transitoria de la nueva ley se plantea una Comisión Mixta compuesta por cuatro miembros de Radiotelevisión Española y otros cuatro de la sociedad gestora del tercer canal como un organismo que armonizara la transición de la puesta en marcha de la Ley Reguladora del Tercer Canal de televisión.

Por último, en el marco social la creación de los canales autonómicos, las instalaciones de las redes de difusión y la construcción de los centros territoriales supusieron una inyección en la generación de empleo audiovisual y en el conocimiento de la cultura informativa. Por consiguiente, la comunicación audiovisual y periodística para la televisión comenzó a formar parte de las opciones formativas de la sociedad española. Los organismos televisivos estatales se convertían así en las ventanas a la realidad social, política y económica a nivel nacional, autonómico y regional.

---

<sup>140</sup> Ley 46/1983, de 26 de diciembre, Reguladora del Tercer Canal de Televisión. *op. cit.*

### **2.3.5. La televisión privada: una revolución en el panorama televisivo español**

El siguiente apartado del bloque pretende exponer y profundizar en uno de los periodos más convulsos en la historia de la televisión en España. A partir de mediados de la década de los ochenta, se suceden numerosos intentos para iniciar las sendas para la incorporación de las televisiones privadas. La incorporación de la televisión comercial generó una transformación drástica en el funcionamiento y la concepción del marco mediático español. El inicio de las entidades concesionarias de televisión no generó ninguna conmoción en el panorama televisivo español. Más bien a la inversa, las trayectorias hacia la descentralización habían sido planteadas con anterioridad en los reglamentos del Estatuto de Radio y Televisión de 1980 y en la apertura del mercado audiovisual a las televisiones autonómicas con la Ley del Tercer Canal.

Asimismo, el 3 de mayo de 1988 se aprueba la Ley 10/1988 de Televisión Privada por la cual se permite la gestión indirecta de la televisión pública, de manera que, según el criterio gubernamental se pueden conceder el número de tres licencias para la gestión externa de la televisión con la finalidad de dispensar al marco mediático de mayor pluralismo informativo.

De manera que, en el preámbulo de la Ley de Televisión Privada se enuncia que la titularidad estatal del servicio público no implica, sin embargo, un régimen de exclusividad o de monopolio, sino que por el contrario, la gestión del servicio puede ser realizada de forma directa, por el propio Estado, y de manera indirecta, por los particulares que obtengan la oportuna concesión administrativa. Además, en el número de concesiones, la ley había considerado conjuntamente cálculos de viabilidad económica para las empresas concesionarias, exigencias o limitaciones técnicas e interés del público por una programación diversificada<sup>141</sup>.

---

<sup>141</sup> Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. Preámbulo. *BOE* núm. 108, de 5 de mayo de 1988. Legislación de Telecomunicaciones. Editorial Tecnos, Madrid, 1997. p. 13666.

La Ley de Televisión Privada, publicada desde el 5 de mayo de ese mismo año en el Boletín Oficial del Estado, exponía en sus artículos que la gestión indirecta por parte de las sociedades concesionarias se inspirarían en los principios expresados en el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980. Uno de los principales planteamientos de la ley para la gestión, y en el que se regularán las condiciones técnicas para el funcionamiento de la televisión privada, fue la creación por parte del Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones del Plan Técnico Nacional de la Televisión Privada. Una herramienta necesaria para garantizar las adecuadas prestaciones del ampliado servicio televisivo, así como, los sistemas de transporte y difusión de señales, frecuencias y potencias reservadas, además, de las delimitaciones de las zonas territoriales<sup>142</sup>.

Las sociedades concesionarias estarían estrictamente delimitadas tanto en su funcionamiento y gestión como en su programación. La Ley establecía que cada concesión se otorgaría por un plazo de diez años y que podría ser renovada por el Gobierno sucesivamente por periodos iguales y de forma intransferible.

Respeto a la programación de los canales privados estarían obligados a emitir un mínimo de cuatro horas diarias sin descender de las 32 horas semanales. En la nueva política reguladora se establecen los porcentajes para reglamentar los contenidos y la programación de manera que, el 15% de la producción ha de ser originaria de la concesión; el 40% producido por países integrantes de la Comunidades Europeas; el 55% de la programación emitida debía de ser en expresión originaria española y respecto al cine el 40% de las películas comerciales emitidas en la programación mensual deberá ser de producción originaria en países integrantes de las Comunidades Europeas y dentro de ella, así como, un 50% en expresión originaria española<sup>143</sup>. En cuanto a la publicidad emitida no podrá ser superior al 10% del total de las horas de la programación anual y en ningún caso, la publicidad podrá ocupar más de diez minutos dentro de cada hora de programación.

Finalmente, las tres licencias para la gestión indirecta de la televisión son otorgadas a Antena 3 TV, Telecinco y Sogecable. Ésta última opción curiosamente

---

<sup>142</sup> Ley 10/1988, *Ibid.*

<sup>143</sup> Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. *op. cit.* p. 13668.

polémica por tratarse de una televisión de pago conocida posteriormente como Canal+. Durante la incorporación de las nuevas cadenas privadas, se produce un intenso baile en el accionariado de las grandes Sociedades Concesionarias. En la Ley de Televisión Privada se limitó la participación de cada socio inversor a un 25% de esta forma el Gobierno trató de contener el control de la gestión de las cadenas. Los historiadores de la televisión Javier Mateos- Pérez y M<sup>a</sup> Antonia Paz Rebollo detallan que esta gestión resultó ser más aparente que real dado que:

Silvio Berlusconi se alzó con el control de Telecinco incluso antes de que empezara a emitir. Algo parecido sucedió con Canal Plus y el grupo PRISA y con Antena 3 y el Grupo Zeta y, posteriormente con Banesto. Fue difícil saber quiénes eran los verdaderos dueños del mercado. Las televisiones privadas quedaron en manos indefinidas<sup>144</sup>.

Los resultados económicos de las nuevas concesiones televisivas comienzan rápidamente a proliferar alcanzando, en 1996, con los datos sobre las facturaciones que verificaron las colosales cantidades que obtenían las cadenas privadas. Sin embargo, los grados de endeudamiento violaban las premisas que establecía la Ley de la Televisión Privada, Enrique Bustamante afirma en sus textos que:

Al terminar el periodo socialista, las tres cadenas privadas facturaban un total de 167.160 millones de pesetas y ofrecían unos beneficios totales netos de 12.185 millones, una facturación en la que se incluían unos ingresos publicitarios de 107.541 millones. Sin embargo, las tres cadenas presentaban unas tasas muy elevadas de endeudamiento que en el caso de Canal + y de Antena 3 TV superaban el 70%, y en el de Telecinco ascendían ya al 75,63%<sup>145</sup>.

Los motivos aparentes de la inclusión de modelos comerciales en el panorama televisivo español se fundamentaban en la búsqueda o creencia de que una mayor diversidad en la oferta televisiva tendría como efecto inmediato un abanico de opciones en la programación mucho más amplio. La Ley de la Televisión Privada establecía como uno de sus objetivos que sirviese para ensanchar las posibilidades del pluralismo

---

<sup>144</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *De la vieja a la nueva televisión en España* En Montero, J. (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra, p. 806.

<sup>145</sup> Bustamante, E. (2013). *op. cit.*, p. 127.

informativo en España. Sin embargo, existían algunos de los teóricos y profesionales del sector que afirmaban que el indiscutible aumento de contenido no pudiera significar realmente “variedad” en la programación. Los fundamentos para argumentar esta teoría se identifican en las parrillas televisivas y sus respectivas franjas horarias. De manera que, comprobando la simplicidad de los programas de las distintas cadenas apenas se localizan diferencias entre la mayoría de sus formatos. Piedrahíta expone que:

La radiotelevisión comercial es una actividad económica. La radiotelevisión privada es una empresa comercial que funciona según principios económicos. Su meta consiste en obtener beneficios. Únicamente las altas cuotas de espectadores aseguran la venta de espacios para la publicidad. Y solamente estas ventas proporcionan ganancias. Así, pues, los programas de la televisión comercial sirven para vender publicidad. No tengo nada en contra de las actividades económicas y sus beneficios. Pero si tengo graves dudas sobre si esta ambición de ganancias puede ser válida para cadenas de radiotelevisión. En la televisión comercial no habrá sitio para programas dirigidos a minorías<sup>146</sup>.

La última afirmación de Piedrahíta augura un complicado futuro para las programaciones culturales o formativas, la mayoría de estos programas, con una clara dirección hacia grupos minoritarios. En este apartado se emprende una de las cuestiones que marcaron este periodo y la historia de la televisión, de manera que se hace alusión a la coyuntura entre la rentabilidad social y la rentabilidad comercial de la televisión como medio de comunicación.

El carácter excesivamente económico de las nuevas sociedades concesionarias fueron fruto de la inexcusable condición monetaria que la ley impuso en el momento del concurso para aspirar a las licencias de gestión indirecta de la televisión: 60 millones de los actuales euros. Una cantidad económica de tal magnitud resultó inviable sin la participación de bancos, grandes empresas de medios y alianzas no deseadas para mantener la calidad de la gestión televisiva. Como efecto automático, las tres nuevas concesiones se transformaron en grandes maquinarias en busca y captura del beneficio económico a través de sus nuevos telespectadores o, dicho de otra forma, de sus clientes potenciales<sup>147</sup>. Cabe destacar, que en un principio el Partido Socialista enfocó el plan estratégico televisivo en el fortalecimiento del servicio público, de esta forma también, la

---

<sup>146</sup> Piedrahíta, M. (1994). *El rapto de la televisión pública*. Madrid: Editorial Noesis, p. 126.

<sup>147</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, pp. 805-806.

observación gubernamental tendría mayores facilidades para conducir la información y el apropiado funcionamiento de la televisión. Sin embargo, la oposición y los grandes centros de poder presionaron para la inclusión de nuevas sociedades con el objeto de ampliar el panorama televisivo. De manera que, se puede justificar así, como las Sociedades Concesionarias elegidas por el concurso público estaban respaldadas por bancos y grandes grupos empresariales.

La concesión por parte del gobierno a sociedades privadas para la gestión indirecta de televisión supuso una verdadera revolución en el consumo televisivo de la década de los años noventa. En este contexto, RTVE dejó de ser el único servicio de gestión televisiva y provocó la pérdida del monopolio que precipitó una radical transformación en la concepción de la programación. A partir de este momento, el elemento decisivo que definiría las estrategias programáticas de las cadenas sería la cuota de pantalla o niveles de audiencia.

Por consiguiente, el marco televisivo comienza a jugar con nuevas reglas. La lógica programática se adapta al nuevo y concurrido panorama televisivo y quedan en el olvido los principios por los que anteriormente se regían los espacios de la parrilla. De este modo, tanto RTVE como las cadenas privadas organizarán el sector a partir de la búsqueda de la mayor cuota de audiencia.

En el marco de las estrategias programáticas comienza una lucha implacable para ocupar los mayores porcentajes de audiencia. Se implanta así la lógica de la maximización de las audiencias. La respuesta del público determinó las inversiones publicitarias y con ellos los ingresos económicos de las cadenas. Los targets de audiencia fueron estudiados minuciosamente mediante complejas técnicas de comportamiento, encuestas y la medición exhaustiva de los datos de los audímetros. Los programadores comparaban sin cesar las parrillas de emisión de la competencia, de manera que, se pudiera implantar otra de las nuevas lógicas de este periodo, la contraprogramación<sup>148</sup>. Debido al intenso esfuerzo

---

<sup>148</sup> La contraprogramación es una técnica muy extendida en este periodo. De manera que, el conflicto entre las cadenas por las audiencias llevaban a los programadores bien a cambiar la programación en el último momento para obtener mayores audiencias en relación a sus competidores o al contrario, ubicaban contenidos semejantes en las mismas franjas horarias que otras cadenas.

de TVE y su ventaja como cadena consolidada pudo mantener el liderazgo de la audiencia durante los primeros años de vida de las Sociedades Concesionarias. Sin embargo, el organismo público experimentó un paulatino descenso de telespectadores que llevó a TVE a la pérdida del liderazgo en el año 1996.

En un ámbito estrictamente territorial, se debe mencionar que en la Ley de Televisión Privada se establece una cobertura mixta para el modelo de televisión privada. Este argumento expone que el objeto de las concesiones será la emisión de programas de televisión con una cobertura nacional, pero por otro lado, se requiere que las concesiones prevean la emisión de programas con una cobertura limitada a zonas territoriales que se delimitarán en un Plan Técnico Nacional<sup>149</sup>.

Con todo, uno de los grandes problemas para el servicio de Radiotelevisión Española en este periodo resultó ser la absoluta incompatibilidad de la gestión y programación con el nuevo paradigma de creación y emisión de contenido. En otras palabras, el servicio público como televisión no comercial cuenta con una doble problemática para intentar no perder su liderazgo en referencia a la cuota de pantalla. Por un lado, RTVE debe ser la emisora que proporcione información veraz, entretenimiento de calidad y una faceta formativa y cultural para sus audiencias, pero sin perder el atractivo de los formatos y manteniendo el interés social. Por otro lado, las emisoras comerciales comienzan a proporcionar cobertura a los grandes consumidores en su mayoría la tercera edad y las masas rurales. En cambio, el servicio de televisión público ha de elaborar una programación equilibrada que contente a todas las escalas del amplio abanico de telespectadores. Por consiguiente, se genera una desventaja para RTVE que no puede variar su dirección social de emisión para competir con las televisiones privadas. En consonancia con el nuevo escenario, el órgano de RTVE no se postula en una posición de neutralidad e independencia, propia de un servicio público, sino que de manera análoga a las cadenas privadas comienza su andadura hacia el rapto de la audiencia.

El sector publicitario durante estos años se convierte en otro de los afectados de la revolución provocada por la ampliación de las emisoras en España. La situación financiera de las cadenas privadas y públicas no terminaba de solidificarse en un negocio rentable,

---

<sup>149</sup> Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. *op. cit.* p. 13666.

los resultados económicos de esta década precipitaron un aumento de los minutos publicitarios en las parrillas de programación y se produce una época de saturación publicitaria. El problema real con el sector publicitario televisivo se produjo a partir de una recesión en la situación económica de los anunciantes. En este contexto, tuvo lugar una batalla entre las emisoras televisivas que competían encarecidamente por repartirse las inyecciones económicas más altas. A partir de esta situación, Telecinco fue el primer canal en bajar las tarifas y en ejecutar descuentos a los anunciantes que llegaron a cifras del 80% del coste inicial. Las estrategias publicitarias empeoraron con la deslealtad en la contratación puesto que el mismo camino por el que había optado Telecinco fue alcanzado, un tiempo después, por Antena 3 y finalmente por TVE. La parrilla de programación se encontró ante un aumento descontrolado de productos publicitarios y las audiencias cansadas del consumo continuo del patrocinio respondieron a través de un método de comportamiento conocido como *zapping televisivo*<sup>150</sup>.

En esta situación de crisis entre cadenas televisivas, públicas y privadas, y los agentes publicitarios se decantaron por la creación de nuevos productos que transmitieran el mensaje de los empresarios para estimular la compra de sus productos o servicios. Surgen así las conocidas técnicas de *bartering*, *product placement*<sup>151</sup>, el patrocinio, la publicidad subliminal e incluso espacios específicos para la venta de productos concretos como la *Teletienda*. Además, comenzó la desaparición de los límites entre la publicidad y la información y muchos programas, tanto de entretenimiento como informativos, comenzaron a sentirse invadidos de publicidad en forma de sobreimpresiones o telepromociones<sup>152</sup>.

En el campo de la programación, las temáticas televisivas sufrieron cambios sustanciales y no favorables para los valores y la formación de los públicos. Uno de los

---

<sup>150</sup> Comportamiento conocido como el cambio continuo entre canales televisivos.

<sup>151</sup> El *bartering* consistía en la venta del espacio de emisión a un anunciante para que este produjera el programa. El *product placement* fue un recurso utilizado en cantidad de series de ficción y programas de entretenimiento, donde la publicidad no se expresaba explícitamente sino que, se colocaba en algún punto del escenario. La primera serie en utilizar la técnica del *product placement* sería *Farmacia de Guardia* (1991-1995), producida por Antena 3, donde aparecieron las primeras marcas en forma de elementos integrados en la escena que resultaron fácilmente reconocibles por el público.

<sup>152</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 808.



principales aspectos en las estrategias programáticas consistió en una homogeneización de los contenidos. Las cadenas arriesgaban y se lanzaban a por nuevos formatos de programas y de manera constante el resto de emisoras imitaban los contenidos que tenían mayor impacto en las audiencias<sup>153</sup>. Otro de los cambios sustanciales en la programación fue el aumento de la programación destinada al ocio y al entretenimiento que precipitó el descenso de los contenidos de la información o la formación. Igual ocurrió con la programación infantil y los espacios culturales que cayeron en picado ante la incesante producción de contenidos de variedades.

La programación de carácter cultural se convirtió en uno de los géneros que sufrió gran parte del impacto nocivo de los cambios en las estrategias programáticas. Las parrillas de contenidos se decantaron hacia una vertiente aún más lúdica, seguido de cerca por la información que sufre cierto descenso en comparación con el periodo de transición. En lo referente a las dos cadenas de RTVE la Primera Cadena incrementa sus espacios de variedades y de ficción. Mientras que la Segunda Cadena reduce sus contenidos culturales en detrimento de los deportes, la ficción y la realidad<sup>154</sup>.

Los contenidos informativos se convirtieron en imágenes de marca e identidad de la cadena. No obstante, se produjo una pérdida en la confianza ciudadana ante la información emitida a raíz de la programación de las parrillas en base a una maximización de los beneficios y la emisión continua de contenidos publicitarios. La lucha excesiva por el liderazgo en las cuotas de audiencia provocó conflictos en los departamentos de redacción, de manera que las noticias se decantaron por enfoques cada vez más sensacionalistas y morbosos. El intenso afán por congrega el mayor número de telespectadores frente a la pequeña pantalla provocó una profunda crisis de valores en la producción informativa española.

La coincidencia académica de historiadores y periodistas sobre los primeros años de la década de los noventa quedaron bautizados como el origen de la información sensacionalista en los medios de comunicación, especialmente en la televisión. Dos

---

<sup>153</sup> Debemos destacar que la crisis publicitaria entre anunciantes y cadenas televisivas llegó al punto en el que las emisoras debían responder ante las agencias con datos reales en el impacto de sus audiencias.

<sup>154</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *op. cit.*, pp. 128-129.

acontecimientos en España se convirtieron en claras muestras de la virulenta cobertura informativa y del tratamiento morboso e insensible que tenían lugar en las redacciones televisivas. En primer lugar, los asesinatos que tuvieron lugar en el año 1990 en Puerto Hurraco<sup>155</sup>, las televisiones generalistas y las radios rellenaron minutos con contenido poco informativo, pero contaron los más cruentos detalles de los hechos con múltiples recreaciones de los acontecimientos. En segundo lugar y dos años más tarde, las desapariciones de las niñas de Alcàsser fueron objeto de un seguimiento informativo en el propio pueblo, en el que los participantes del programa, *De tú a tú*<sup>156</sup> presentado por Nieves Herrero, eran las familias de las desaparecidas y los vecinos de la localidad. La cobertura televisiva realizada por Antena 3 en el caso de Alcàsser produjo un malestar en los telespectadores que reconocían la utilización del dolor de las víctimas por parte de las cadenas para generar una información de un íntegro carácter sensacionalista<sup>157</sup>. A raíz de estos acontecimientos mediáticos se produce una cierta transformación y experimentación en el contenido informativo que muchos telespectadores y especialistas denominaron como *telebasura*. A partir de un escrito denominado *Manifiesto contra la telebasura*<sup>158</sup> se realizó la siguiente definición del término:

Una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y escándalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura se define por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano, y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes.

---

<sup>155</sup> Hernández, J. A. (28 de agosto de 1990). Dos hermanos matan a tiros a 7 personas y hieren a otras 10 en una aldea de Badajoz. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/1990/08/28/espana/651794402\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1990/08/28/espana/651794402_850215.html)

<sup>156</sup> Moreira M. (4 de diciembre de 2013). Nieves Herrero: “El programa de Alcácer fue un error de pies a cabeza”. *ABC*. Recuperado de: <https://www.abc.es/tv/20131204/abci-programa-alcacer-error-pies-201312041315.html>

<sup>157</sup> Parreño, M. J. G. (2000). La televisión pública al servicio de intereses privados. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 3, n.º 25, p. 3.

<sup>158</sup> (1997). *Manifiesto contra la telebasura*. Firmado por: AUC, CAVE, CEACU, CEAPA, CONCAPA, CC.OO, UGT, OCU, UCE, FIATYR (Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes, Usuarios de Medios de Comunicación).

En el marco publicitario, según *Infoadex*<sup>159</sup>, el historiador Manuel Palacio indica que la inversión publicitaria creció un 48% entre 1989 y 1998 (de unos 200.000 a unos 284.000 millones) y el tiempo de publicidad se incrementó en torno al 1400% (de 886 horas a 12.458 horas al año)<sup>160</sup>.

Los sucesos acontecidos hasta los primeros años de la segunda parte de la década de los años noventa facilitan algunas observaciones que se deben exponer. En primer lugar, el Estatuto de Radio y Televisión, puesto en marcha una década atrás, no consiguió ser implantado por el gobierno socialista y tampoco se logró la redefinición del modelo para la gestión ni el correcto funcionamiento del servicio de televisión público español. La politización del medio continuó considerándose como uno de sus pesados lastres mediante el clientelismo, la manipulación y el uso del servicio como medida propagandística. En segundo lugar, en la estructura y gestión de las recientes televisiones autonómicas se repiten de nuevo los mismos fallos que habían acontecido a RTVE desde sus inicios, nada inesperado partiendo de la base de que los principios de la Ley del Tercer Canal estaban inspirados en la reglamentación del Estatuto de Radio y Televisión de 1980.

En definitiva, la redefinición del panorama televisivo con la concesión gubernamental para la gestión indirecta de frecuencias por parte de Antena 3, Telecinco y Sogecable supuso la pérdida del monopolio de RTVE y el comienzo de la redefinición de los hábitos de consumo de los telespectadores. Durante estos años, la revolución en la lógica programática supuso una feroz competitividad entre las emisoras que compartían el paisaje audiovisual. Por último, las audiencias se convirtieron en el factor protagonista para la elaboración del contenido, un elemento clave para las inversiones publicitarias y el mayor desafío para la programación de carácter cultural y formativa.

---

<sup>159</sup> Infoadex es la empresa de referencia en el control exhaustivo de la actividad publicitaria en España, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

<sup>160</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p. 166.

### **2.3.6. La fragmentación de la audiencia: un punto de inflexión para el modelo programático**

En el contexto comunicativo, la década de los noventa supuso una revolución en el comportamiento televisivo y en los hábitos de consumo de los telespectadores. De manera que dicho lo anterior y tras una breve introducción de los cambios substanciales en la programación, resulta pertinente profundizar en la investigación sobre el comportamiento programático que llevaron a cabo los diferentes canales públicos y privados en el periodo de descentralización televisiva.

La inclusión de las televisiones privadas en el panorama audiovisual español supuso una absoluta ruptura en el consumo de contenido de las audiencias televisivas. El cambio en la concepción de la programación cambió radicalmente en relación al medio de comunicación de los años de la dictadura franquista y del periodo de la transición. La fragmentación de la audiencia precipitó una revolución en la lógica programática que obligó a los departamentos de programación a buscar nuevas estrategias y formatos, además, de un planteamiento estratégico de la parrilla con el propósito de sobrevivir en el recién alterado paisaje televisivo. Por consiguiente, se debe exponer una diferenciación entre los distintos géneros y contenidos con los que se articularon los mapas de programación que protagonizaron el conflicto por las audiencias entre las cadenas públicas y privadas. La configuración del siguiente apartado tiene el propósito de realizar una exposición de acuerdo con los distintos géneros televisivos.

En primer lugar, cabe mencionar la telerrealidad. Este tipo de programa televisivo consistió en utilizar un tratamiento de las informaciones y sucesos reales desde el punto de vista de la ficción con la intención de generar entretenimiento a partir de la realidad. La configuración de los contenidos se convirtió en un formato que provocó un rápido crecimiento de las cuotas de audiencia en las franjas horarias de mayor visibilidad. Cabe incidir en que las televisiones generalistas, TVE-1, Antena 3 y Telecinco, emplearon todas sus herramientas para fomentar este tipo de formatos con el propósito de enmascarar sucesos y acontecimientos a través de un tratamiento morboso en forma de información periodística. Sin embargo, Canal + y TVE-2, la primera por estar diseñada hacía targets

concretos y la segunda, por su enfoque hacia públicos minoritarios no entraron en el juego de la producción de la denominada telerrealidad. A pesar de que la Segunda Cadena fue utilizada en ocasiones como lanzadera experimental de ciertos programas, estrategia que TVE ya había utilizado en ocasiones anteriores, antes de ser colocados en la parrilla de la Primera Cadena. No obstante, la maniobra programática con este tipo de programas fue, por parte de las cadenas generalistas, programar formatos muy similares en las mismas franjas horarias de la parrilla. La técnica de la contraprogramación se convertirá en el método protagonista entre los operadores televisivos de este periodo.

Durante estos primeros años de la década, las televisiones españolas fueron testigo de cómo aparecía en sus pantallas la realidad más escabrosa enmascarada como contenido social. La realidad fue representada al más puro estilo del espectáculo. Las tramas eran tratadas desde la emotividad para llegar a las sensibilidades de los hogares españoles y compartir con ellos los sucesos y noticias. Las cadenas trabajaron y crearon una gran variedad de modelos de telerrealidad en forma de debates, entrevistas, reconstrucciones de sucesos o crónicas con la intención transmitir mediante la ficción la realidad social española. Los ejemplos más significativos de programas de telerrealidad fueron, en el caso de TVE, *Quién sabe dónde*, Telecinco con *Misterios sin resolver* o Antena 3 con *Al filo de la ley*, *De tú a tú*<sup>161</sup> o *Cita con la vida*<sup>162</sup>.

Uno de los elementos más significativos tras la inclusión de los operadores televisivos privados fue el contenido informativo. Las cadenas utilizaron los telediarios para generar competencia directa y fragmentar los públicos. Como hemos mencionado con anterioridad, el contenido informativo se convirtió en la seña de identidad de la cadena, pero no solo cumplía la función de ser inmediatamente reconocible, los informativos marcaron la credibilidad de los operadores televisivos. Los periodistas que pusieron rostro a las informaciones fueron utilizados como figuras representativas que conformaban la imagen de la entidad. De esta forma, los personajes mediáticos trataban

---

<sup>161</sup> Programa mencionado en el epígrafe anterior. Años después, Nieves Herrero publicó en la prensa su descontento por haber presentado este programa utilizando como objeto de estudio el caso de los asesinatos de las niñas de Alcásser. En los debates, la presentadora conversaba cara a cara con los familiares y vecinos de la localidad en busca de los detalles y los sentimientos más íntimos con la intención de concentrar las más altas cuotas de audiencia para la cadena.

<sup>162</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 812.

de crear una personalidad definida para el programa con el propósito de generar un sello específico en función de lo que deseara transmitir el operador televisivo.

Los contenidos informativos adquirieron el papel de programas fronterizos que marcaron y diferenciaron las distintas franjas que componían la agenda televisiva. Además, conviene mencionar que los espacios de emisión informativa coincidieron con las franjas de mayor audiencia televisiva. Las distintas actividades de la vida cotidiana de los hogares españoles se conformaron en torno a la estructura programática generada por los canales televisivos. Se debe agregar que, las informaciones transmitidas por los telediarios marcaron la agenda informativa del país, lo que se exponía a través de la pantalla eran las noticias que preocupaban a la sociedad española. El poder mediático de los programas informativos confirieron a la televisión un potencial muy importante a nivel periodístico, por lo tanto, el rigor informativo, en los medios públicos como privados, debía de mantener un tratamiento absolutamente riguroso. El estricto manejo de la información para mantener los valores de veracidad y objetividad se convirtió en una especie de utopía durante el periodo de descentralización televisiva.

A partir de los años noventa, se produjo una ampliación en el contenido informativo emitido a través de los informativos. Noticias de menor relevancia, pero de interés para las audiencias españolas fueron incluidas en las redacciones de los telediarios. Baste, como muestra, la incorporación de informaciones de sucesos con testimonios de los afectados y la reserva de un espacio para las novedades y acontecimientos de tipo deportivo.

Las televisiones generalistas, especialmente TVE-1 y Antena 3 implicaron un gran volumen de equipo técnico y equipo humano en alcanzar una calidad óptima de los formatos y lograr un estilo atractivo con el que competir por las cuotas de audiencia. Resulta necesario recalcar que Telecinco sería el operador televisivo que más tarde pondría en marcha su maquinaria informativa. Antena 3 consideraba que una fórmula adecuada para arrebatar la hegemonía de audiencia a TVE era evolucionar y mejorar los formatos de contenido informativo. De manera que, Antena 3 reforzó su posición e intentó arrebatar a otras cadenas a los periodistas de mayor peso mediático. La estrategia pudo

llevarla a cabo cuando los inversores de Banesto y Grupo Zeta entraron en el accionariado de la cadena lo que supuso una importante inyección económica.

El caso de Canal+ y la Segunda Cadena fue muy diferente. Canal + y TVE-2 no entraron en la competencia directa de las televisiones generalistas, si no que realizaron programas informativos con una mayor especificidad. En el caso de Canal+ solo emitió un programa informativo en su prime time nocturno y TVE-2, por su parte, fue programada con formatos que realizaban un análisis e investigaciones más complejas de determinadas informaciones de actualidad.

Prácticamente, la estructura general que adoptaron los programas informativos podían diferenciarse en cuatro grandes bloques. En la primera edición de la mañana se exponía la agenda informativa a nivel nacional e internacional, pero no se ahondaba en exceso en las noticias mostradas. La edición del mediodía era el informativo principal de la jornada, se profundizaba en los contenidos y se ilustraba con un gran número de imágenes que ilustraban los acontecimientos de mayor relevancia de la agenda informativa. La edición nocturna consistía en un repaso general de los contenidos expuestos durante el día y definía el comienzo de la franja de prime time de la noche. Por último, cabe mencionar la edición de madrugada que en la mayoría de los casos profundizaban en noticias concretas de especial interés para la audiencia.

Los contenidos informativos se encontraron influenciados por las distintas corrientes ideológicas de carácter político en España. En el caso de TVE tanto la Primera Cadena como la Segunda se encontraban bajo el control gubernamental. Antena 3 se decantaba hacia unos principios característicos de la derecha española y Telecinco hacia unos ideales de tendencia socialista<sup>163</sup>. Canal + dependía de la directiva del canal de pago, pero se mantenía en una posición algo más neutral puesto que ofrecía contenidos de carácter informativo para un público de subscriptores.

Los esfuerzos emprendidos por los operadores televisivos respecto al contenido informativo provocaron una homogénea fragmentación de las audiencias. Los

---

<sup>163</sup> Martín, M. y Berganza, M<sup>a</sup>. (2001). Votantes y medios de comunicación en las elecciones nacionales españolas de 1996: ¿exposición selectiva o influencia mediática?. *Comunicación y Sociedad*. vol. XIV, n.º 1. p. 5.

investigadores María Antonia Paz y Javier Mateos-Pérez exponen que en 1991, el término medio de audiencias por cadena fue de un 25% de la cuota de pantalla. En los informativos nocturnos se enfrentaron TVE-1 con Matías Prats en “Diario Noche”, Antena 3 con José María Carrascal en “Noticias de la noche” y Telecinco con “Entre hoy y mañana” presentado por Luis Mariñas<sup>164</sup>.

Por consiguiente, cabe concluir que la pluralidad de formatos y programas de los distintos operadores televisivos precipitó una homogenización que no supuso un aumento de las opciones informativas en el panorama audiovisual de la década de los 90. Las únicas alternativas vinieron dadas por los dos canales complementarios Canal+ y TVE-2 que ofrecieron otro tipo de iniciativas orientadas a la información.

Por lo que se refiere al contenido infantil y adolescente se debe mencionar que el éxito por cadenas no se encontraba repartido de forma homogénea. Las cadenas generalistas dedicaron amplios espacios de sus parrillas de programación, prácticamente un cuarto de su cuota de pantalla. TVE empleó gran parte de su esfuerzo en generar formatos que atrajeran al público de carácter infantil. Esencialmente, la Primera Cadena programó contenido de este estilo mediante formatos presentados por figuras ya conocidas en el mundo infantil y que habían trabajado anteriormente con la cadena. No obstante, la Segunda Cadena no explotó su potencial como emisora especializada con una cuota muy alta de programación en contenido infantil, apenas alcanzaron el 11%. En cambio, sería la televisión generalista privada Telecinco quien supo aprovechar el target específico de audiencias infantiles. Además, la cadena centralizó los contenidos con mayor atractivo mediático a primera hora de la mañana, los resultados de la estrategia fueron muy productivos a nivel económico. Antena 3, intentó imitar la conducta de las otras televisiones generalistas, sin embargo, el retraso de su puesta en marcha no la posicionó como una televisión característicamente exitosa en este tipo de contenido.

En el caso de las emisiones de carácter juvenil, se convirtió en la mayor configuración irresuelta de las cadenas televisivas. Ningún medio generalista supo dar con la fórmula que atrajera a los públicos más jóvenes. La causa fue una falta de imaginación y una relativa dedicación a los contenidos para alcanzar al público adolescente. Los intentos

---

<sup>164</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 833.



de creación de formatos de no ficción se enfocaron hacia los programas musicales y concursos. Si bien, a pesar de los esfuerzos generados no consiguieron la clave programática para llegar al target juvenil que se presentó como un público con imaginarios complicados de definir.

En el marco de los contenidos de ficción, los largometrajes y las series de ficción se instauraron como los grandes protagonistas de las parrillas televisivas. Además, a lo largo de los primeros años noventa se produjeron sendas transformaciones en las emisiones de contenido propio y externo que merecen un estudio más específico en nuestra investigación.

Indiscutiblemente, el organismo de TVE operó con una clara ventaja frente a sus homólogos competidores por el horizonte de la ficción española. La larga tradición de la cadena pública le permitió tener una estrategia de previsión ante la esperada inclusión de las cadenas privadas. La ficción se convirtió en un elemento diferenciador de las parrillas de programación. La audiencia demandó una gran cantidad de material audiovisual compuesto por largometrajes y series de ficción. Gran parte de los espacios de prime time, tanto en el periodo de sobremesa, en el nocturno y en la madrugada, estaban dedicados a este tipo de contenidos. Las televisiones generalistas y las cadenas complementarias no dudaron en ocupar sus espacios de emisión con contenido de ficción.

En el marco de los largometrajes, TVE había ejecutado durante la década de los ochenta una inteligente estrategia para asegurarse determinados títulos cinematográficos y sus respectivos contratos de emisión. De hecho, tanto la Primera como la Segunda Cadena fueron los operadores que menor porcentaje de ficción emitieron en comparación con los canales que conformaban el panorama televisivo en este periodo. En definitiva, la ventaja de TVE se debe a que el organismo público llevaba funcionando desde 1956 y contaba con una estructura consolidada de producciones propias. De manera que, no tuvo que utilizar el contenido de ficción al igual que sus competidores como un recurso imprescindible de relleno para sus parrillas. Además, TVE como medio público con

mayor trayectoria en la industria televisiva tenía acordados contratos de emisión con gran parte de las distribuidoras de las *majors*<sup>165</sup>.

En el caso de Canal +, la estrategia se configuró de forma distinta con el propósito de contar con ciertos privilegios y situarse en una posición de ventaja. El operador de pago cerró contratos de emisión en exclusividad con las distribuidoras exigiendo que ningún operador nacional pudiese disponer u optar al pago de un largometraje hasta un año después de haber sido emitido por su canal. De esta forma, los suscriptores del canal de pago podían beneficiarse de contenidos que no podían encontrarse en las cadenas generalistas en abierto.

Cabe destacar, como los medios televisivos emprendieron una lucha feroz por los derechos de las obras audiovisuales de ficción. En 1994, el porcentaje de material de ficción programado era asombroso, el 48% de la emisión televisiva total de todos los canales era ficción<sup>166</sup>. La mayoría se decantó por los contenidos cinematográficos más taquilleros. Sin embargo, la incorporación de un mayor porcentaje de cine nacional en las emisiones comenzó a ejercer cierta competencia antes las películas estadounidenses procedentes de las *major* y con un mayor éxito comercial entre las audiencias.

Durante los primeros años del periodo, Antena 3 se consolidó como el operador que mayor horas de cine de nacionalidad europea tenía en sus parrillas. Sin embargo, este dato se dio por la falta de capital para adquirir películas cinematográficas comerciales e internacionales de mayor éxito en taquilla. El rumbo de la cadena privada experimentó un cambio de dirección cuando en 1993 se amplía su accionariado con la inclusión de Grupo Zeta y Banesto. Desde este momento, Antena 3 se esforzó por convertirse en la cadena de referencia en los espacios cinematográficos. El operador privado comenzó a participar como coproductor en numerosas producciones<sup>167</sup>. En definitiva, a las televisiones nacionales les resultaba más barato invertir en la producción de cine que optar a la compra de sus derechos de emisión.

---

<sup>165</sup> Las *majors* son compañías cinematográficas de gran tamaño que producen, distribuyen y exhiben películas. En un sentido histórico, son conocidas como los grandes estudios de Hollywood que, prácticamente, controlan el 90% de los ingresos del mercado cinematográfico.

<sup>166</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 814.

<sup>167</sup> Los operadores televisivos que optaban por invertir en largometrajes cinematográficos tenían la potestad de emitir los estrenos en su cadena.

La batallas por la adquisición de material de ficción llegó al punto en el que los mismos contenidos se repetían en varias cadenas en periodos de tiempo muy próximos. En el momento que caducaban los derechos de emisión de un largometraje en un operador televisivo no faltó una rápida competencia para volver a adquirir los permisos cinematográficos. Cabe mencionar que las televisiones utilizaron sus mayores estrategias de contraprogramación con el firme propósito de restar audiencia a sus competidores.

En el marco de las series de ficción, Antena 3 marcó el disparo de salida para la realización y la inversión en las series de ficción de producción propia con el lanzamiento de *Farmacia de guardia* (1991-1995). A pesar de la crisis económica en la que se encontraba el operador televisivo público, TVE invirtió en producciones propias de ficción que soportaban elevados presupuestos. Cabe precisar, que gran parte de las inversiones fueron realizadas a lo largo de la década de los ochenta, por lo tanto, gran parte de los resultado pudieron ser programados en el momento de mayor competencia por las audiencias. En relación a la temática, el medio público configuró sus narraciones en torno al género de las comedias domésticas con la intención de desmarcar los anticuados cimientos familiares y enfrentar sus ficciones a los problemas reales y modernos de los hogares españoles. Uno de los casos de mayor éxito llegó de la mano de Antena 3 con la serie estadounidense *Los Simpson*, considerada la comedia serial más longeva de la televisión<sup>168</sup>. Una telecomedia que representó y representa a una familia fuera de lo tradicional expuesta a situaciones extremas en la mayoría de sus episodios. Aún programada en antena por conservar su cotidiana cuota de audiencia<sup>169</sup>.

Las series importadas se convirtieron en un recurso de fácil acceso para los operadores televisivos que acudían recurrentemente a este tipo de formato para cubrir sus parrillas. Sin embargo, la crisis económica que azotó al mercado internacional en los primeros años 90 precipitó un endurecimiento de los costes de adquisición que provocaron que los operadores televisivos redujeran su interés ante los contenidos de

---

<sup>168</sup> Pino, J. (6 de febrero de 2003). Los Simpson se convierte en la comedia más longeva de la TV. La serie de dibujos animados celebra el episodio número 300. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2003/02/06/radiotv/1044486002\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2003/02/06/radiotv/1044486002_850215.html)

<sup>169</sup> Antena 3 deja de emitir “Los Simpson” después de 24 años. La serie de animación se seguirá viendo a diario en Neox , canal también de Atresmedia (5 de septiembre de 2018). *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/cultura/2018/09/05/television/1536159661\\_770168.html](https://elpais.com/cultura/2018/09/05/television/1536159661_770168.html)

importación<sup>170</sup>. Dos claros ejemplos de series de ficción importadas y emitidas por los canales generalistas que suscitaron un gran éxito de audiencia serían *Twin Peaks*<sup>171</sup> (Telecinco) y *Doctor en Alaska* (TVE).

Otro género, de coste menor, conquistó las pantallas españolas en la década de los 90 durante los espacios, en la mayoría de las ocasiones, de sobremesa y tarde, se trata de las telenovelas. En este caso el fenómeno televisivo que conquistaría el género sería la serie televisiva venezolana *Cristal* emitida a finales de 1989 por Televisión Española<sup>172</sup>. A partir de este momento se produce una asombrosa popularización de las telenovelas en España. En consonancia con el éxito adquirido, el resto de cadenas privadas exponen su interés por el producto audiovisual, se trata de un formato económico y que reúne a millones de personas ante las pequeñas pantallas. Las tramas resultaron muy atractivas para los telespectadores de comienzos de la década. Los principales hilos argumentales que protagonizaron el género consistieron en historias enrevesadas e intensas, relaciones prohibidas, amores imposibles y resoluciones que se alargaban eternamente en el tiempo.

En definitiva, las televisiones nacionales, tanto públicas como privadas, apostaron por la ficción tanto internacional como nacional para ocupar gran parte de los espacios de sus programaciones. Como resultado, las inversiones en las nuevas producciones españolas y extranjeras crecieron exponencialmente. En el caso de organismo público, el uso del archivo y del material audiovisual adquirido años previos de la década de los noventa ayudó en muchos casos a solventar problemas de programación provocados por la carencia de recursos económicos para invertir en nuevos formatos y producciones.

En el caso de los contenidos culturales se produjo un profundo deterioro por una ausencia de programación atractiva para los telespectadores y la insuficiente inversión económica en los formatos de naturaleza formativa. Sin embargo, conviene subrayar

---

<sup>170</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 826.

<sup>171</sup> *Twin Peaks* alcanzó el 50% de la audiencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla. (17 de noviembre de 1990). *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/1990/11/17/radiotv/658796404\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1990/11/17/radiotv/658796404_850215.html)

<sup>172</sup> Álvarez, R. (4 de diciembre de 1989). La telenovela dramática “Cristal” empieza a emitirse en TVE-1. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/1989/12/04/radiotv/628729204\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1989/12/04/radiotv/628729204_850215.html)

como fue la evolución de los contenidos interesados en fomentar y divulgar los aspectos de mayor relevancia en el mundo de la cultura.

En el ámbito de la programación de naturaleza cultural se deben mencionar casos concretos que conformaron el impulso formativo y divulgativo por parte del organismo televisivo público. En primer lugar, la mayor revolución en el género fue propiciado por *Tiempo de papel* el sustituto del conocido programa *Encuentro con las Artes y las Letras*. El formato fue estrenado en 1983 y dirigido por Isaac Montero<sup>173</sup>. En el programa se introdujo la figura de un cuervo que funcionaba como hilo conductor del programa y presentaba las diferentes secciones. En este formato se produjeron cambios narrativos como la introducción de la participación de la audiencia, y de temas referentes a la literatura tanto clásica como contemporánea. Sin embargo, la insuficiente planificación de su calendario y el retraso de su aparición provocaron su desaparición al cabo de un año de emisión. Meses antes, en 1982 se presentó el programa titulado *Biblioteca Nacional* en la Primera Cadena dirigido por Fernando Sánchez Dragó. El espacio trato de divulgar las novedades editoriales y utilizó las propias salas de la Biblioteca Nacional como escenarios para sus entrevistas. En 1984 es el turno para las artes plásticas y la literatura con *Tiempos Modernos*. El programa fue emitido en la Segunda Cadena y dirigido por Miguel Rubio. Años más tarde, en 1988 se estrenó *Entre líneas* en La1 dirigido por Vicente Parra. Este último formato trató cuestiones literarias mediante entrevistas con autores, noticias y reportajes de actualidad. Con el objetivo de informar y debatir sobre las diversas disciplinas del mundo de la cultura nace *El nuevo espectador* en 1989. El programa dirigido por Eduardo Sotillos, sirvió como ejemplo de los típicos formatos lanzados en La1 y que terminaron en la Segunda Cadena por falta de cuota de audiencia. Otros programas culturales fueron *A pie de página* en 1991, *La isla del tesoro* en 1992 o *Señas de identidad* en 1994. Por último, cabe mencionar, el programa *El lector* estrenado en La2 en 1994 y dirigido por Agustín Remesal. A nivel narrativo, la estructura consistía en una entrevista central y una tertulia sobre un tema en cuestión. El formato logró conquistar a gran parte de la audiencia potencial de los contenidos de corte cultural<sup>174</sup>.

---

<sup>173</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y Televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa, p. 97.

<sup>174</sup> *Ibid.*, p. 116.

Por consiguiente, cabe mencionar una distinción entre el periodo socialista sin operadores televisivos privados y la etapa de la libre competencia televisiva. El mayor impulso en los contenidos divulgativos se produjo desde 1982 hasta finales de la década de los ochenta. En este periodo RTVE trató de ubicar en distintos espacios de la parrilla programación cultural para fomentar el espíritu crítico de la sociedad española. A partir de los años noventa, el propósito cultural quedó relegado a la Segunda Cadena y los duros conflictos por las cuotas de audiencia produjeron una reducción de contenidos formativos. El descenso se produjo con el objeto de utilizar gran parte de los recursos en inversión para la programación de naturaleza lúdica y de ficción. Con todo, la Segunda Cadena intentó mantener un perfil como cadena generalista especializada en públicos de menor tamaño con el fin de ofrecer contenido dedicado a determinadas porciones de audiencia.

En definitiva, el estudio de los distintos bloques de programación que conformaron el horizonte televisivo de los años noventa han proporcionado a la investigación una perspectiva determinante. La pretensión de lo que viene a continuación es la realización de una foto fija del paisaje audiovisual español durante el periodo de libre competencia televisiva para abordar los objetos de estudio pendientes en la investigación. Resulta indispensable comprender el estado programático de las cadenas generalistas a mediados de los noventa, para apreciar las transformaciones que tendrán lugar en el periodo del Partido Popular y el de la reforma de servicio público.

En primer lugar, con el caso de TVE hemos podido comprobar como la experiencia televisiva de la cadena desde 1956 funcionó como un elemento diferenciador en relación con el resto de los operadores. Las estrategias de inversión en programación durante la década de los ochenta resultaron decisivas y permitieron a la cadena mantener la hegemonía de audiencias durante los primeros años de los noventa. De igual modo, se pudo hacer frente a las parrillas de la competencia, como consecuencia de las inversiones en las coproducciones de cine y series de ficción, que dotarían a la cadena de multitud de derechos de emisión en exclusiva.

Sin embargo, en el ámbito financiero, cabe mencionar el déficit económico en el que se encontró la televisión pública durante los primeros años de la década de los

noventa. La insuficiencia de recursos fue resultado de las rencillas internas entre el Ente y los trabajadores, las serias dificultades para alcanzar el consenso político entre el Gobierno y la oposición y la necesidad de mantener una estructura sólida de financiación alejada de los Presupuestos Generales del Estado.

En el momento de abordar las conclusiones sobre la programación de la cadena televisiva pública, se debe conceder un tratamiento diferenciado a la Primera y a la Segunda Cadena, puesto que ambas se comportan de forma autónoma. Sin embargo, su carácter independiente no significa que en las estrategias de programación el diseño sea independiente, sino que ambas se complementan para tener un mejor resultado.

Por un lado, La1 se consolidó como la cadena distinguida por los telespectadores españoles. Cabe destacar que en cuestiones de programación tuvo que adaptarse a los nuevos y distinguidos formatos que elaboraron los operadores privados, principalmente en los géneros de variedades y espectáculos. Su contenido capital se basó en los informativos con unas coberturas de noticias complejas y elaboradas y con un grueso espacio de su parrilla dedicado a este tipo de programación. Sin embargo, con la homogeneización de la programación la Primera Cadena pierde su estado diferenciado de organismo de servicio público tal y como ordenaba el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980. Por consiguiente, el comportamiento adoptado por la cadena resulta desfavorable y actúa en detrimento de los principios que defiende la existencia de una televisión pública.

En un segundo lugar, La2 se caracterizó por tener un comportamiento accesorio y dependiente de la Primera Cadena. En gran parte de las ocasiones se comportó como una lanzadera experimental de programas que se estrenaban con cierta inseguridad en lo que se refiere a los resultados e impactos de audiencias. Por consiguiente, su principal función fue la de actuar como cadena suplementaria respecto a los huecos y géneros programáticos de TVE-1. Es decir, la Segunda Cadena se encargó de emitir los contenidos televisivos que no programó L1. En este sentido fueron relevantes los contenidos informativos de mayor preparación e investigación que se exponían de forma ampliada en formatos especializados. El cine, alejado de las producciones taquilleras y comerciales, tuvo su hueco en este espacio. Al mismo tiempo, se realizaron programas exclusivos para debatir

sobre el séptimo arte, sus actores y directores, y se emitió cine de calidad y de autor. Uno de los principales bloques de la Segunda Cadena fue la programación infantil. El operador televisivo concedió un peso relevante a los contenidos dirigidos a los públicos infantiles. Otra de las grandes temáticas que abordaría la cadena durante los primeros años noventa fueron las retransmisiones y espectáculos deportivos, que en gran parte servirían para alimentar algunas de las noticias y espacios de la Primera Cadena. Además, TVE-2 se caracterizó por los contenidos divulgativos y pedagógicos como los documentales. En definitiva, la Segunda Cadena intentó adaptarse a las nuevas necesidades e inquietudes intelectuales y de entretenimiento del público joven que se encontraba lejos del consumo televisivo clientelista característico de las televisiones privadas.

En lo que se refiere a la actividad televisiva de Antena 3, la cadena consiguió ubicarse en una posición relevante en lo que respecta a las cuotas de audiencia y se consolidó como la cadena competidora de la televisión pública. Durante sus primeros años de vida apostó por generar unos bloques informativos que pudieran lidiar con los de la Primera Cadena. Además, la apuesta por los contenidos infantiles a causa de un profundo estudio de sus audiencias, se convirtió en una propuesta estratégica para la cadena<sup>175</sup>. La programación hizo un gran esfuerzo por cubrir todos los públicos, además de trabajar en una consolidada estructura destinada al entretenimiento. El cine durante los primeros años del periodo se centraría en géneros menos comerciales y apostaría por los títulos europeos, a su vez propiciado por unos costes de emisión más económicos. Con todo, esta situación cambió en 1993 con la llegada a su accionariado del Grupo Zeta y Banesto. El resultado de la inyección económica se tradujo en la obtención de la hegemonía de las audiencias a la Primera Cadena. Los nuevos inversores permitieron que el organismo televisivo pudiera apostar por las producciones propias y establecer contratos con las principales distribuidoras de las *majors*. Por lo tanto, en el marco de la ficción se consolidó como una cadena que ofreció una feroz competencia a sus homólogos televisivos.

Telecinco se convirtió en la excepción de las televisiones generalistas en la apuesta por los contenidos informativos. La cadena solo elaboró un programa de este género y lo

---

<sup>175</sup> Mateos-Pérez, J. y Paz Rebollo, M. (2018). *op. cit.*, p. 840.



diferenció de la competencia otorgándole un semblante más específico y explicativo y lo colocó en su prime time nocturno. El objetivo principal de la cadena en sus primeros años de emisión consistió en la espectacularización de sus contenidos, en la elaboración de programas de variedades y, principalmente, de entretenimiento. Además, fue la cadena que emprendió las estrategias de rebaja y negociación con las agencias publicitarias que seguirían el resto de los operadores televisivos. Telecinco incluyó en sus contenidos nuevas formas de realización publicitaria y practicó la contraprogramación como uno de sus métodos fundamentales en sus estrategias de programación.

A diferencia del resto de cadenas televisivas, Canal + se consolidó como un claro ejemplo empresarial de rentabilidad económica. La cadena acertó con la metodología de pago a través de suscripción de sus públicos. Además, tuvo la fortuna de consolidarse en un momento de carencia legislativa para la televisión por cable. Como resultado, el organismo pudo beneficiarse de varias facilidades administrativas en el momento de su constitución y puesta en marcha. Una de las principales estrategias que llevó a cabo el operador de pago sería el estudio exhaustivo de sus audiencias. La cadena tomó la determinación de invertir capital y personal humano en conocer las rutinas y las necesidades televisivas de sus suscriptores y acertó con la programación que ubicó en los espacios de sus parrillas. Además, las estrategias de contratación de derechos de emisión con las grandes distribuidoras le proporcionó un catálogo fílmico en exclusividad que permitió una especialización de la programación en cine y como resultado, mantuvo a las audiencias satisfechas en cuanto a contenido de ficción. En el ámbito de los eventos deportivos, el operador televisivo llevó a cabo maniobras de programación que posicionaron a la cadena como una entidad hegemónica en la emisión de este tipo de contenidos. Tanto el cine como los programas y retransmisiones deportivas se convirtieron en el grueso de la programación del canal, además, de su sello de identidad. Por último, cabe mencionar que una de las estrategias que precipitaron el aumento de suscriptores sería la emisión en abierto de otro tipo de géneros y formatos que atrajeron a la audiencia potencial y resultaron ser económicamente muy provechosas para la cadena.

Por consiguiente, cada operador televisivo se comportó de forma dispar, en algunos terrenos como sociedades complementarias y en otras ocasiones como claros

competidores. Televisión Española pudo mantener, no sin dificultad, cuotas de pantalla decentes ante la esperada descentralización televisiva. No obstante, el temor por la pérdida de las audiencias precipitó al organismo público a su peor periodo programático de la historia de la televisión en España. Tanto la Primera como la Segunda Cadena perdieron sus principales fundamentos como televisión de servicio público. Las obligaciones de ofrecer información veraz, entretenimiento de calidad y contenidos formativos y culturales fueron catapultadas y la programación adquirió un perfil sensacionalista y lúdico. En otras palabras, el objetivo de la rentabilidad social de la televisión pública quedó eclipsado por un lado, por el propósito del beneficio económico y, por otro lado, por mantener las cuotas de audiencia más altas. Por consiguiente, en lo referente a nuestro objeto de estudio sobre la programación cultural como clave para el cumplimiento de servicio público, prescindieron de los contenidos divulgativos y formativos que no fueron considerados programas decisivos para las disputas por las audiencias. De manera que, el periodo de la descentralización televisiva precipitó la peor de las coyunturas para la programación de Televisión Española en lo referente al cumplimiento de sus obligaciones como servicio público. Como resultado, este periodo se caracterizó por ser el punto de inflexión de una nueva e indispensable reforma del sistema de televisión público para España.

## 2.4. 1996-2004: UNA TELEVISIÓN PÚBLICA EXENTA DE SERVICIO PÚBLICO

### 2.4.1. Un contexto comunicativo de deficiente credibilidad

En 1996, tras catorce años de gobierno socialista, el Partido Popular gana las elecciones generales sin mayoría absoluta. En este contexto, en España se llevará a cabo una política generalizada de toma de decisiones e implementación de medidas que no dispondrán en sus pactos y negociaciones con un fácil consenso entre partidos. Sin embargo, en las siguientes elecciones, el nuevo milenio se estrena con la victoria electoral del Partido Popular con un total de votos que superaba con creces la mayoría absoluta y, que por lo tanto, facilitó el acuerdo de disposiciones en el partido gobernante, prácticamente, por disponer de los suficientes apoyos.

En el marco económico, dos aspectos relevantes determinaron la situación financiera de España. Por un lado, la positiva situación económica en la que se encontraba España tras una recuperación económica comenzada a mediados de los años noventa. En segundo lugar, la privatización de grandes grupos empresariales de carácter público. Ambas cuestiones proporcionaron cierta liberalización económica en el *modus operandi* del Gobierno Popular.

Resulta conveniente exponer algunas de las circunstancias históricas que marcaron el marco educativo y social en España durante el periodo de estudio. Cabe mencionar la implantación por parte del Gobierno de la LOU, Ley de Ordenación Universitaria, que provocó un malestar general entre docentes y estudiantes universitarios, así como, un enfrentamiento entre la dirección universitaria y el Gobierno. Por otro lado, por primera y única vez en los ocho años de gobierno, el Partido Popular tuvo que hacer frente a la huelga laboral acontecida en 2002 fruto de la reforma laboral. Los sindicatos echaron un

pulso al nuevo Gobierno con una huelga popular que conquistó las calles de Madrid durante 24 horas. La reforma laboral supuso el descontento y el enfado de los ciudadanos ante las medidas aprobadas sin consenso sindical sobre la situación y las condiciones de los desempleados españoles<sup>176</sup>. Al margen del marco educativo y social, una de las decisiones de mayor relevancia y polémica del Partido Popular sería la confirmación de España de intervenir en la guerra de Irak, a pesar de la oposición ciudadana que se movilizó durante meses en las calles españolas. Cabe mencionar como en lo referido a nuestro campo de investigación esto tuvo derivas importantes. A nivel comunicativo supuso una manipulación informativa continua a través de emisiones sesgadas en las que aparecían en pantalla el doble de críticas a favor de la intervención armada que de los que se encontraban en la posición opuesta<sup>177</sup>.

La segunda legislatura popular fue testigo de acontecimientos no deseados que supusieron cierta conflictividad social. En primer lugar, en noviembre de 2002 se produce en las costas gallegas uno de los desastres ambientales más graves sufridos en España con el vertido de petróleo a causa del hundimiento del barco petrolero *Prestige*. Las zonas litorales españolas, portuguesas y francesas se encontraron gravemente amenazadas y la cobertura mediática no supo en aquel momento llevar a cabo una buena gestión del acontecimiento. Alfredo Urdaci, director entonces de los informativos, declaró en sus escritos que las críticas al trabajo de los Servicios Informativos de TVE sobre el *Prestige* "decían que habíamos prohibido las palabras *marea negra* y que no habíamos dado importancia al riesgo de contaminación en las costas y el daño a mariscadores y percebeiros. Es falso"<sup>178</sup>. En segundo lugar, tres días antes de las nuevas elecciones generales, el 11 de marzo de 2004, la capital española sufre el mayor atentado terrorista hasta la fecha. Al Qaeda ejecuta cuatro ataques de bomba en la red de Cercanías de Madrid provocando casi doscientos muertos y miles de heridos. La gestión gubernamental en el ámbito informativo no consigue manejar la situación e incluso no descartan la

---

<sup>176</sup> Parra, C., Abellán L., Díez, A. y Barbero, L. (25 de mayo de 2002) Aznar responde a la huelga general con un "decretazo", *EL PAÍS*. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2002/05/25/economia/1022277601\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2002/05/25/economia/1022277601_850215.html)

<sup>177</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 171.

<sup>178</sup> Urdaci, A. (2005). *Días de ruido y furia. La televisión que me tocó vivir*. Barcelona: Plaza Janés, p. 128.

autoría, en un primer momento, del grupo terrorista ETA<sup>179</sup>. Los acontecimientos mencionados serían los protagonistas en la actualidad informativa de este periodo y serán eventos extremadamente polémicos, principalmente, por el tratamiento informativo otorgado por el servicio público de televisión bajo las directrices del Partido Popular. A nivel comunicativo, el manejo de la información supuso un brecha en la confianza de los espectadores españoles. Las circunstancias de especial sensibilidad recibieron un tratamiento imprudente e irracional y el medio televisivo perdió su credibilidad en una de sus principales funciones de servicio público, la tarea informativa<sup>180</sup>.

En un marco comparativo con el resto de países europeos, durante este periodo se invirtió mucho esfuerzo en la recuperación de España para alcanzar puestos de relevancia en la denominada Sociedad de la Información. Desde el Gobierno, se elaboraron varios planes como el Plan *Info XXI*, *España.es* o *comunicación.es*, no obstante, el resultado fue que, todavía en 2000 y 2003, los informes exponían que España seguía estando entre los países peor colocados de la “sociedad del conocimiento”. Y en 2004 se sitúa entre, según los más reconocidos indicadores internacionales de la Sociedad de la Información, el puesto 17 y 23 de los países más desarrollados y en el lugar 19 del ranking de la Unión Europea de los 25, por detrás de alguno de los países aspirantes o recién ingresados<sup>181</sup>.

Por consiguiente, el periodo que comprende entre el año 1996 y 2004 requiere, en primer lugar, de un análisis que exponga cómo afectó el comportamiento político y social al medio de comunicación televisivo. Y, en segundo lugar, conocer la evolución del panorama audiovisual español en lo referente a la programación y tratamiento de la información del resto de cadenas generalistas.

---

<sup>179</sup> (11 de marzo de 2004) Más de 190 muertos y 1.400 heridos en la mayor matanza terrorista en España, *EL PAÍS*. Recuperado de : [https://elpais.com/elpais/2004/03/11/actualidad/1078996617\\_850215.html](https://elpais.com/elpais/2004/03/11/actualidad/1078996617_850215.html)

<sup>180</sup> Diezhandino, M<sup>a</sup>. P. (2002). “El Prestige en los medios. Las claves de una gran confusión”. *Actas do III sopcom, VI lusocom e II Ibérico*. Vol. IV. p. 188.

<sup>181</sup> Bustamante, E. (2013). *op. cit.*, p. 165.

### 2.4.2. El papel de RTVE en el mercado televisivo. Un modelo de televisión pública insuficiente

Los años que proceden a la primera victoria en las elecciones generales del Partido Popular se encuentran caracterizados por una confusión generalizada en el modelo de gestión del servicio de televisión público español. El ex director general de RTVE durante el periodo popular, Eugenio Nasarre, expone tres puntos de inflexión experimentados por el Ente televisivo durante el periodo democrático hasta mediados de los años noventa<sup>182</sup>. En primer lugar, la adaptación que experimentó el Ente televisivo en el periodo de la transición hacia una sociedad democrática. En esta etapa se construyó el ansiado Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980. En segundo lugar, la pérdida del monopolio de RTVE como el servicio único de televisión con la llegada de las televisiones autonómicas y la redacción de la legislación de la Ley del Tercer Canal en 1983. Y, en tercer lugar, en 1990 el nacimiento de las televisiones privadas y la aprobación de la Ley de Televisión Privada.

Por consiguiente, en las tres etapas señaladas RTVE se había desviado de sus funciones de servicio público. A raíz del comportamiento programático de las televisiones privadas, el pluralismo informativo y el entretenimiento televisivo se convirtieron en los dos grandes pilares de las cadenas generalistas. Los contenidos culturales y formativos serán los grandes olvidados de este periodo. No obstante, la preocupación por una televisión de servicio público se convertirá en uno de los puntos esenciales que definen el final del periodo popular.

En consecuencia, el principal debate de estos años sería el decisivo papel de RTVE en el mercado televisivo español. Las decisiones y el modelo televisivo parecían no llegar a definirse. En el panorama programático, se encontraban tres cadenas privadas compitiendo entre ellas y a su vez con la televisión pública. De manera que, a pesar de los muchos detractores de esta posibilidad, RTVE adoptó una postura competitiva. El

---

<sup>182</sup> Piedrahíta, M. (1994). *op. cit.*, p. 17.

organismo necesitaba a sus audiencias y sus ingresos publicitarios y para ello tenía la necesidad de programar en unas condiciones equiparables al resto de las cadenas. Por todo esto, la transformación de la programación en La1 y La2 provocó una preocupación general entre la dirección y los órganos encargados de la gestión y del funcionamiento de RTVE.

Con respecto a la viabilidad financiera, la inversión publicitaria resultaba ser muy alta. No obstante, de la misma forma la deuda del Ente televisivo público con la administración también resultó muy elevada. El gobierno mantenía la negativa a participar en la financiación mediante los presupuestos generales del Estado, razón por la cual el sector de la publicidad reunía cada vez mayor poder de decisión en las estrategias programáticas de TVE. La deterioro de los valores de servicio público se materializaron durante este periodo.

En el ámbito programático se mantuvo la intensa lucha por las audiencias y la segmentación y fragmentación de los públicos. Las cadenas privadas dirigieron sus contenidos a targets específicos y fragmentados. Por el contrario, RTVE, tal y como estaba planteada en sus estatutos, debía mantener su orientación y completar, en la medida de lo posible, los intereses de los rangos de población que conformaban la sociedad española, tanto con la Primera Cadena como con la Segunda. Sin embargo, con la implantación de la lógica comercial y las leyes de mercado, los anunciantes decidieron qué público, o dicho de otra forma, qué consumidor. Ambos planteamientos afectaban directamente a los criterios de programación de las emisoras públicas y privadas.

Las prácticas de comportamiento que se habían normalizado desde el comienzo de la década de los noventa, como el zapping y las ocurrencias programáticas como la contraprogramación entre cadenas, precipitaron un descontento generalizado en las audiencias<sup>183</sup>. La programación careció de contenidos culturales ante la masiva producción de programas de entretenimiento y variedades. El contenido se encontraba inundado por la emisión en serie de bloques de anuncios publicitarios y las nuevas y

---

<sup>183</sup> Mateos Pérez, J. (2008). La contraprogramación y la desprogramación en España (1989-1994). Definiciones, desarrollo y ejemplos. *Historia y comunicación social*, vol. 13, p. 4.

renovadas mecánicas de hacer publicidad, como el *product placement*, el patrocinio o cualquier tipo de invasión publicitaria legitimada<sup>184</sup>.

Como resultado de esta serie de cuestiones se encontraron afectadas gravemente tanto la calidad programática como la función de información. Respecto al contenido informativo, los formatos comenzaron a adquirir un estilo más morboso y experimentó una espectacularización en su puesta en escena. Además, en las informaciones emitidas se identificó la falta de sentido analítico y la carencia de programas de mayor duración para temas específicos. El incumplimiento de la función divulgativa provocó que las audiencias sintieran la necesidad de consumir contenido digno de confianza. La espectacularización y la utilización morbosa de la información no fue una estrategia conveniente en unos años cuya agenda informativa estuvo repleta de acontecimientos de relevancia mediática que interesaban a la sociedad española.

A pesar de la difícil situación en la que se encontraba la televisión pública durante estos años, el gobierno comenzó a tomar medidas para gestionar la convivencia de las cadenas privadas y públicas en un panorama audiovisual complicado de manejar. Como resultado, en 1996 el marco audiovisual español comienza a experimentar las primeras modificaciones con la creación de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones conocida como la CMT. Las funciones del nuevo órgano se exponen en el Real Decreto-Ley de Liberalización de las Telecomunicaciones del 7 de junio de 1996 que será publicada en el BOE el 8 de junio de ese mismo año. En la exposición de motivos de la ley se reconoce como inaplazable la exigencia de salvaguardar el cumplimiento efectivo por todos los partícipes en el mercado de las telecomunicaciones de los principios de libre competencia, transparencia e igualdad de trato con la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, como un órgano independiente encargado de velar por la aplicación de tales principios y de arbitrar los conflictos entre los operadores del sector<sup>185</sup>.

---

<sup>184</sup> La publicidad no solo apareció en los bloques destinados para ello, también el material audiovisual, las series, los programas se encontraban anegados por marcas y productos de referencia procedentes del sector de la publicidad.

<sup>185</sup> Real Decreto-Ley 6/1996, de 7 de junio, de Liberalización de las Telecomunicaciones. Exposición de motivos. *BOE* núm. 139, de 8 de junio de 1996. Legislación de Telecomunicaciones. Editorial Tecnos, Madrid, 1997



La Ley de Liberación de las Telecomunicaciones se presentó en la reciente comisión como una entidad dotada de personalidad jurídica y plena capacidad pública y privada. Además se decidió, que el nuevo órgano se encontrara adscrito al Ministerio de Fomento. En cuanto a los principales puestos de gestión de la nueva Comisión se decidió que fueran elegidos por el gobierno en el caso del presidente y del vicepresidente y el Consejo, por el ministro de Fomento entre personas de reconocida competencia profesional relacionada con el sector de las telecomunicaciones.

Desde sus inicios, el funcionamiento y la gestión de la comisión disponía de un cariz puramente técnico, ajeno a la regulación de la programación. Los principales objetivos fueron salvaguardar las condiciones de competencia efectiva en el mercado de las telecomunicaciones, velar por la correcta formación de los precios en este mercado y ejercer de órgano arbitral en los conflictos que surgieran en el sector. Cabe mencionar que, la Comisión funcionaría como asesora del gobierno y al ministro de Fomento, así como a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas en los asuntos concernientes al mercado de las telecomunicaciones, particularmente, en aquellas materias que pudieran afectar al desarrollo libre y competitivo del mercado. Además de la elaboración de carácter anual de un informe para el gobierno sobre el desarrollo del mercado de las telecomunicaciones<sup>186</sup>.

En la segunda mitad de la década de los noventa, los distintos partidos políticos difieren en sus respectivas perspectivas sobre la configuración de RTVE y se producen numerosas propuestas para modificar la legislación y las diversas directrices del Estatuto de 1980. Los principales problemas del Estatuto residían en el sistema organizativo y financiero<sup>187</sup>. Los agentes pertinentes consideraron que la configuración normativa de 1980 no era capaz de adaptarse a la nueva estructura entre televisiones generalistas y minoritarias, públicas y privadas. Las principales formaciones que componen el marco político durante la primera legislatura del Partido Popular no consiguen armonizar sus deseos para el funcionamiento de Radiotelevisión Española.

---

<sup>186</sup> Real Decreto-Ley 6/1996, de 7 de junio, de Liberalización de las Telecomunicaciones. Art. 1. BOE núm. 139, de 8 de junio de 1996. Legislación de Telecomunicaciones. Editorial Tecnos, Madrid, 1997

<sup>187</sup> Jiménez-Marín, G., Polo, D. y Jodar-Marín, J. Á. (2012). La TVE pública en 2011: TVE sin publicidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, p. 20.

En el caso del Partido Popular, se expuso la necesidad de considerar como servicio público todas las actividades de RTVE con una financiación mixta, tanto estatal como publicitaria. Mientras que el PSOE defendió las posibilidades de una financiación mixta, pero con una asunción inmediata de la deuda por parte del Estado. Además, propusieron el nombramiento del director general mediante el apoyo del Congreso por dos tercios de sus votos y por un plazo superior a una legislatura. Por el contrario, en la propuesta popular para la estructura de gestión del Ente se planteaba que el director general sería designado por el gobierno, además del presidente del Consejo de Administración, cuyo papel de sería reducido a funciones de orientación. Sin embargo, Izquierda Unida, al igual que el PSOE, reclamaba la asunción de la deuda económica por parte del Estado, pero defendía la existencia de limitaciones publicitarias. En cuanto a la organización, proponía a un director general nombrado por el Parlamento y un Consejo de Administración con competencias como órgano decisorio<sup>188</sup>.

De esta manera, el consenso político parecía alejarse cada vez más de las sesiones parlamentarias en las que predominó el desacuerdo y las diferencias entre partidos. Además, la agrupación gobernante otorgaba cada vez más responsabilidad al director general del Ente de RTVE y su elección plenamente directa generó graves polémicas como el paso de tres directores generales en el primer mandato popular. A pesar de su fugacidad, en el marco de la dirección del Ente público televisivo caben destacar los intensos intentos por modificar la grave situación económica en la que se encontraba RTVE.

La llegada de José María Aznar al poder en 1996 puso a prueba la capacidad de la derecha para arreglar el agujero del Ente. Su fracaso, sin embargo, fue palpable al heredar una deuda de 1.585 millones de euros que al final de su mandato, en 2004, se multiplicó casi por cinco<sup>189</sup>.

En este contexto, en 1996 Mónica Ridruejo toma posesión como nueva directora general de RTVE y presenta el plan *Renove* con urgentes medidas para paliar la situación económica. El Plan de Renovación consistía en la mejora de la organización, la estructura

---

<sup>188</sup> Bustamante, E., (2013). *op. cit.*, p. 158.

<sup>189</sup> Tijeras, R. (2013). Radio Televisión Española bajo el mandato de José María Aznar. *Comunicación 21. Revista científica de estudios sobre cultura y medio*, n.º 5, p. 1.

y los costes, y debía de contar con el respaldo del Consejo de Administración y de los representantes de los sindicatos<sup>190</sup>. Esencialmente demandó al Estado que interviniese en la deuda del servicio público televisivo, reclamó la autogestión y autofinanciación de los servicios de televisión autonómicos y presentó la posibilidad de crear una plataforma digital por satélite que compitiera con el existente Canal +<sup>191</sup>. No obstante, los intensos esfuerzos por parte de la nueva dirección no prosperaron como resultado de la falta de interés y del rechazo económico por parte del gobierno. Tras nueve meses de continuos impedimentos en el intento de modificación de la estructura televisiva pública, Mónica Ridruejo dimite de su cargo abandonando la dirección del Ente a comienzos de 1997.

Los años que transcurren hasta el final de la primera legislatura popular se caracterizaran por la profunda falta de consenso, las acusaciones por parte de la oposición y la manipulación informativa en el Ente público. Las dos figuras que ocuparán el puesto de la dirección general hasta el final del primer mandato popular (1996-2000) serán Fernando López Amor (7 de febrero de 1997) y Pío Cabanillas Alonso (20 de noviembre de 1998) que terminarán sus cometidos sin lograr ningún avance sustancial en el funcionamiento del Ente televisivo.

A nivel programático, a finales de la primera legislatura popular se deduce una alteración en los programas de contenido informativo con el inicio de las campañas preelectorales de los partidos<sup>192</sup>. El servicio público televisivo estribó hacia el partido gobernante en ese momento, el Partido Popular liderado por José María Aznar.

Cabe mencionar como en este periodo se identifican tres puntos de referencia que afectan directamente en el concepto, en la programación y los contenidos y que inciden frontalmente sobre la gestión económica del servicio de televisión público español.

---

<sup>190</sup> (17 de octubre de 1996). “Plan Renove” a medio plazo. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/1996/10/17/sociedad/845503216\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1996/10/17/sociedad/845503216_850215.html)

<sup>191</sup> Además, cabe destacar como el resto de televisiones de carácter privado habían declarado la existencia de medidas para los nuevos canales digitales de difusión.

<sup>192</sup> García- Beaudoux, V., y D’Adamo, O. (2007). El anuncio político televisivo como herramienta de comunicación electoral. Análisis del caso: los anuncios de la campaña para las elecciones legislativas de marzo de 2004 en España. *Revista de Psicología Social*, vol. 22, n.º1. p. 50.

En primer lugar, por petición de la Directiva Europea, se lleva a cabo una redefinición de servicio público con el objetivo de replantear el cometido de la televisión pública. En una segunda instancia, en el marco programático, la aparición de las televisiones comerciales genera una ruptura de la calidad narrativa del audiovisual. Como resultado, se fomenta el consumo de contenido vulgar y emotivo para alcanzar cuotas de máxima audiencia. El contenido televisivo se encuentra inmerso en una constante lucha de competencias por aumentar los datos de los audímetros. En resumen, se generan productos audiovisuales lejos de los valores marcados por la legislación y de las directrices del Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980. Necesariamente, debemos mencionar una de las afirmaciones que el filósofo Emilio Lledó expone en el prólogo de Enrique Bustamante en el que comenta que “los fines y objetivos esenciales de los productos de la televisión son demasiado delicados, demasiado “humanos”, para que puedan convertirse en un mero negocio empresarial”<sup>193</sup>.

Por último y en tercer lugar, en el marco empresarial se genera una grave polémica sobre la gestión económica del Ente de RTVE cuando se plantea la intervención de la Sociedad Española de Participantes Industriales (SEPI) con la misión de auditar las caóticas cuentas de Televisión Española. La Sociedad Española de Participantes Industriales lidera el análisis de las cuentas del Ente televisivo y pone de manifiesto las licencias económicas tomadas por los directores generales. Simultáneamente, la SEPI expone una grave falta de transparencia en la gestión económica, tanto en la contratación de productos de producción externa y sus entidades, como en la pérdida de partidas presupuestarias por contraer acuerdos de intermediación en la compra de contenidos. Además, la intervención reguladora económica precipita un continuo de críticas por parte de los partidos de la oposición que solicitan una definición del modelo económico televisivo público previo al intervencionismo financiero.

Los último directores generales de RTVE del periodo popular serán Javier González Ferrari nombrado en el año 2000 y José Antonio Sánchez Domínguez designado a mediados del año 2002. Durante los primeros años del nuevo milenio, ambas

---

<sup>193</sup> Lledó, E., “Prólogo”. En Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y de la Televisión en España, Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, p. 14.

direcciones fueron acusadas de manipulación informativa por el tratamiento que la televisión pública hizo de los acontecimientos que salpicaron la esfera política y social. Académicos y profesionales de la comunicación realizaron estudios en relación a las continuas sospechas en las maniobras y el inadecuado tratamiento de los acontecimientos informativos en los programas y telediarios<sup>194</sup>. El resultado fue la constatación de que existía información sesgada hacia los intereses gubernamentales en los sucesos que señalaron la agenda política y social respecto a acontecimientos como la guerra de Irak, el hundimiento del *Prestige* o las múltiples movilizaciones sociales de este periodo.

En estos años, los telespectadores españoles fueron conscientes de la desmesurada intervención gubernamental que se produjo en los procesos informativos de los canales televisivos públicos que excedieron con creces los umbrales de calidad de servicio público. La información televisiva dejó de ser un referente fiable a donde acudir para empaparse de las actualidad política, económica y social. Sin embargo, no solo sucedió con el contenido informativo, el resto de programación también experimentó los efectos del denostado tratamiento mediático.

Por otra parte, hay que mencionar, además, que en el caso de las televisiones autonómicas se produjeron algunas iniciativas de privatización de canales territoriales. No obstante, perdieron la batalla ante la imposición de los procedimientos judiciales. El argumento idóneo fue que resultaba imposible alcanzar unos contenidos que cumplieran los principios de misión pública bajo la presión de los beneficios económicos exigibles por los socios privados.

En el marco de la televisión privada se producen modificaciones importantes determinadas por los cambios en las estructuras en los accionariados de las televisiones generalistas privadas y que precipitan una concentración de poder por parte de los inversores en las licencias de las sociedades concesionarias. Es inevitable constatar como las decisiones gubernamentales afectaron y asistieron directamente a la centralización de los capitales de los operadores privados. Esta dinámica se llevó a cabo mediante legislaciones que permitieron la flexibilización en los accionariados de las licencias

---

<sup>194</sup> Baena, J. F. (2005). Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?. *Comunicar*, n.º 25, p. 3.

televisivas. En 1998 la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos aprobada por el gobierno popular, a pesar de una gran crítica por parte de la oposición socialista<sup>195</sup>, permitió que la concentración empresarial de los accionarios privados ascendiese de un 25% a un 49% del total<sup>196</sup>. Las sociedades concesionarias continuaron sus fusiones accionariales y perpetuaron los cambios en las reglas de funcionamiento de las programaciones en función de las expectativas y de los beneficios empresariales de sus principales inversores. En contraste con lo anterior, en 2003 el gobierno popular reincidió en los cambios legislativos relativos a las concentraciones empresariales llegando a permitir el 100% del porcentaje que una persona física o jurídica puede poseer de una televisión privada. Además, este cambio legislativo en la Ley de la Televisión Privada aprobada en 1988, se produjo, al igual que la vez anterior, a través de la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado de 2003. La medida expuesta había sido reivindicada por la UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas) que consideraban la restricción del 49% de la concentración del accionariado como “una restricción injustificada y un freno en su gestión empresarial”<sup>197</sup>. Antena 3 y Telecinco actuaron rápidamente en la modificación de su accionariado y, prácticamente, fueron Telefónica y Mediaset los que adoptaron la posición de inversores principales en las respectivas cadenas comerciales.

En diciembre de 2004, la consultora Deloitte, experimentada en hacer radiografías del mercado de la televisión, elaboró un estudio sobre el impacto de la televisión privada coincidiendo con el 15 aniversario de la ruptura del monopolio público<sup>198</sup>. En la memoria se concluyó que la televisión privada suponía un 0,28% del

---

<sup>195</sup> El partido socialista declaró su pleno desacuerdo ante las medidas tomadas por el Partido Popular acusándole de favorecer a los grandes conglomerados empresariales, como Telefónica con el objetivo de Antena 3, afines a los mandos gubernamentales populares.

<sup>196</sup> (19 de noviembre de 1998) El Congreso aprueba la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos con el respaldo del PNV. *EL MUNDO*, Economía. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/1998/noviembre/19/economia/presupuestos.html>

<sup>197</sup> Martín del Pozo C. y Gómez R. (5 de octubre de 2002). El Gobierno autoriza que un mismo accionista pueda tener el 100% de una TV privada. La modificación legislativa se efectuará a través de la Ley de Acompañamiento de 2003. *EL PAÍS*, Economía. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2002/10/05/economia/1033768801\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2002/10/05/economia/1033768801_850215.html)

<sup>198</sup> Sánchez, C. (9 de febrero de 2006). Boston y Deloitte asesoran a la SEPI en el plan de saneamiento de RTVE. *El Confidencial*. Recuperado de:

PIB medido en términos de facturación y un 0,96%<sup>199</sup> del PIB para el conjunto del audiovisual, y que los operadores privados representaban una posición fundamental en términos de empleo y producciones en el panorama televisivo y audiovisual.

Por último, cabe mencionar como a mediados del mandato popular un contenido que había creado expectativas desde finales de los años noventa comienza a tener relevancia en las conversaciones de contenido televisivo: la TDT o Televisión Digital Terrestre. Este fenómeno de mejora del servicio televisivo supuso un cambio de paradigma en el panorama audiovisual a escala mundial.

La señal digital permitía a los telespectadores españoles una mejora sustancial en las características técnicas de la señal televisiva. En primer lugar, una mayor calidad de la imagen que supone el ocaso de las interferencias, contenido en panorámico, posibilidad de subtítulos en varios idiomas y un sonido envolvente. Además, la Televisión Digital Terrestre permitía el acceso a Internet desde el dispositivo televisivo, incluir contenidos interactivos, el teletexto digital o consultar información ampliada de los programas en emisión. Se multiplicaron las posibilidades de oferta a un mayor número de canales mediante la optimización del ancho de banda. Además, la Televisión Digital Terrestre permitía el acceso a canales tanto en abierto como de pago<sup>200</sup>. La implantación de la mejora del servicio suponía llevar a cabo un apagón analógico, conocido como el *switch off*, y comenzar a emitir en señal digital. Sin embargo, los hogares españoles necesitaban un aparato receptor específico para este tipo de señal. No obstante, durante los años de su puesta en práctica, el dispositivo supuso una verdadera inversión económica para los telespectadores debido a su elevado coste. La Comisión Europea estableció el año 2012 como fecha límite para el apagón analógico a nivel europeo y con ello la finalización de las emisiones de carácter analógico.

En definitiva, podemos concluir que, desde 1996, el gobierno del periodo popular no supo definir una sólida autonomía del servicio televisivo público. Las decisiones

---

[https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2006-02-09/boston-y-deloitte-asesoran-a-la-sepi-en-el-plan-de-saneamiento-de-rtve\\_246177/](https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2006-02-09/boston-y-deloitte-asesoran-a-la-sepi-en-el-plan-de-saneamiento-de-rtve_246177/)

<sup>199</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 177

<sup>200</sup> Roel, M. (2006). El reto de la televisión. El “apagón analógico” y la consolidación de lo digital. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 94, p. 59.

políticas, íntimamente relacionadas con el funcionamiento del Ente televisivo, provocaron que tanto los contenidos informativos como el resto de programación se vieses afectados y alterados mediante la manipulación de sus redacciones. En el marco económico, la inclusión y el acompañamiento de la SEPI, en un intento de saneamiento de las cuentas y de las planificaciones económicas del organismo televisivo público, no significaron una moderación en el aumento de la deuda.

Por último, en el marco comercial, la desregulación en el marco legislativo de los accionarios de los operadores privados precipitó la concentración de grupos empresariales que monopolizaron las grandes cadenas. Además, estas maniobras dificultaron la supervisión gubernamental en el panorama audiovisual por tratarse de concesiones con un control económico y mediático de gran magnitud.

### **2.4.3. El comportamiento de la audiencia y la programación televisiva en un paisaje audiovisual sin precedentes**

En la segunda mitad de la década de los noventa las audiencias comienzan a experimentar conductas sociales que no se habían identificado hasta el momento por la inexistencia de otras cadenas televisivas. En el ámbito programático, la apertura del mercado televisivo y la pluralidad de las programaciones frente a un consumo audiovisual de cliente-espectador provoca que las audiencias comiencen a ser conscientes de la notoria contribución que suponen para la industria televisiva. Desde el origen de la televisión, los públicos habían construido sus rutinas en función de los contenidos televisivos. No obstante, la pluralidad de la oferta les ofrece de este modo decidir qué quieren consumir. Las tasas de audiencia se consolidaron como el objeto de valor de los medios televisivos, tanto públicos como privados. Las audiencias determinaron qué triunfaba y en qué franja horaria. Por consiguiente, el único objetivo manifiesto de los productores televisivos fue el de contentar a cuantos más telespectadores mejor. El motivo de esta decisión radicó en que la financiación dependía de la magnitud de los públicos frente a la pantalla.



La apertura del panorama comercial televisivo supuso un aumento de la oferta de canales y, por consiguiente, un incremento en la programación. No obstante, cabe señalar un factor de común relevancia en el marco programático, la carencia de diversificación en la oferta de contenidos. En otras palabras, el incremento en la pluralidad de los contenidos no supuso una mayor variedad, sino menor heterogeneidad entre los distintos formatos. De manera que, lo que funcionaba y conseguía mayor cuota de audiencia se imitaba por el resto de canales y se repetía. En ocasiones con un aspecto distinto, con un estilo diferenciado, pero se conserva el transfondo narrativo y sin perder la fórmula que lo define como éxito.

En el marco del comportamiento de la audiencia, cabe mencionar cómo se han transformado los públicos a partir de la ampliación de los canales televisivos. Históricamente la recepción del contenido televisivo se ha considerado una actividad colaborativa y grupal. El televisor ha supuesto desde sus inicios el centro neurálgico de reunión familiar, este hábito ha proporcionado la oportunidad a sus consumidores de compartir, dialogar, criticar y desentramar los contenidos televisados como parte de la experiencia del individuo<sup>201</sup>. De hecho, las cuestiones del contenido televisado concentra gran parte de las conversaciones de los ciudadanos que comparten el interés por la pequeña pantalla. No obstante, a mediados de los años noventa, la popularización de los precios de los receptores provoca que en los hogares españoles aumente el número de televisores y que el consumo se realice de una forma individualizada y personal. Como resultado, las nuevas acciones por parte de las audiencias precipitan que los programas reelaboren sus formatos para incluir la presencia del telespectador en los contenidos mediante métodos que propician la interactividad. De manera que, comienzan a aparecer estrategias inclusivas en los programas televisados como intervenciones del público, las llamadas telefónicas o los mensajes de texto.

Además, cabe mencionar una nueva disposición tecnológica que las nuevas audiencias experimentan en su hogar. Se trata de la grabación de los contenidos televisivos en cinta magnética mediante un grabador doméstico. Como resultado, la posibilidad de

---

<sup>201</sup> Subías, M. H., y González, P. D. (2009). Series familiares de televisión: concepto, producción y exportación. El caso de *Médico de Familia*. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 12, n.º 64. p. 240.

registrar en video los contenidos que se emitían por la pantalla provocaron cierta despreocupación en los horarios de las audiencias. De forma que, el público podría consumir los contenidos a los que no podía asistir en tiempo real en los horarios fijados por las parrillas de programación. De manera que, las imposiciones horarias perdieron control en las rutinas y en la sistemática de las actividades de la sociedad española. Los nuevos avances tecnológicos y la multiplicidad en la oferta televisiva provocaron que el control programático de la televisión perdiese potencia frente al acostumbrado y complaciente público.

Uno de los elementos que se deben mencionar para un mejor entendimiento de la conducta del individuo frente al televisor, es el papel hegemónico del mando a distancia que desde la década de los ochenta había supuesto una nueva experiencia para el usuario. El dispositivo a distancia permitió una mayor libertad que, rápidamente, se tradujo en un descanso publicitario para el telespectador que disponía de libertad para cambiar de canal durante los bloques de anuncios. Además, cabe destacar, el papel social que el mando a distancia suponía en la ordenación y organización de los hogares. La posesión del dispositivo parecía definir la posición hegemónica de la estructura familiar, por lo tanto, contribuyó a perfilar las conductas y los hábitos de consumo de los hogares<sup>202</sup>. La técnica del *zapping* que se había popularizado durante los primeros años de los noventa llegó hasta el punto de que el consumo televisivo se convirtió en puntual y supuso la pérdida de la continuidad real. Los largos bloques publicitarios se esquivaban en busca de contenido gratificante y acorde a las expectativas del usuario.

En este apartado, resulta conveniente mencionar una de las reflexiones que se han encontrado en los textos de los investigadores Rueda y Chicharro con el objeto de comprender la conducta de los telespectadores:

De ahí que para afrontar el estudio de su consumo sea necesario tener en cuenta que la audiencia está constituida por individuos racionales que toman decisiones, de acuerdo con sus intereses, y con las situaciones que viven. Desde esta perspectiva el espectador debe ser entendido, al menos en muchas ocasiones, como un receptor activo e inteligente que utiliza la televisión buscando su uso más

---

<sup>202</sup> Garitaonandia, C. y Peña, F. (2000). La gestión de la abundancia: tiempo de consumo y uso del mando a distancia en la televisión multicanal. *Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 5, n.º 9, p. 6.

gratificante. Para ello atribuye a la caja mágica y a sus contenidos significados particulares que dependen de sus circunstancias psicológicas y sociales. Es consciente de lo que busca en la televisión, y del tipo de formatos y contenidos televisivos que pueden cubrir sus necesidades<sup>203</sup>.

Por consiguiente, el extracto expuesto pretende sugerir cómo el espectador ha madurado en su posición frente a la pantalla. El medio televisivo ofrece una oferta en la cual el individuo puede escoger qué formatos y contenidos quiere consumir. No se trata de situarse ante el televisor como un sujeto pasivo y absorber la información y la programación emitida sin ninguna otra posibilidad. Los intereses y las curiosidades del espectador determinan el formato final.

En el ámbito funcional de la televisión, con el entretenimiento, la información y la formación, resulta indispensable exponer en qué coyuntura se encontraba la televisión de mediados de los años noventa. En primer lugar, el medio televisivo de este periodo construyó una sólida base sobre el carácter lúdico de la programación. De manera que, las cadenas que programaron un mayor porcentaje de entretenimiento fueron Telecinco y Antena 3 con un total de 21 horas<sup>204</sup> y media al día respectivamente<sup>205</sup>. En el caso de La1, 18 horas diarias y La2, un total de 15 de sus 24 horas<sup>206</sup>.

En el marco de las estrategias programáticas de entretenimiento, se intensifica durante este periodo la producción y emisión de la ficción, tanto en las franjas de mayor audiencia como en los periodos de sobremesa. Además, los tres gigantes consolidados, Telecinco, Antena 3 y TVE, aparecen en pantalla con una señal de identidad que ha sido generada a partir de los programas informativos y de ficción. Los fenómenos televisivos que marcarán los máximos de audiencia en la ficción española durante la segunda mitad de los años noventa serán *Hostal Royal Manzanares* (1996-1998) en TVE, *Farmacia de Guardia* (1991-1995) en Antena 3 y *Médico de Familia* (1995-1999) en Telecinco.

Durante este intervalo temporal, las principales estrategias de programación de entretenimiento consistieron en que las televisiones generalistas ubicaran la ficción propia en sus franjas de *prime time*. Sin embargo, cabe mencionar como los formatos que

---

<sup>203</sup> Rueda, J. y Chicharro M.<sup>a</sup> (2006). *op. cit.*, p. 325.

<sup>204</sup> Se exponen en el texto 21 horas de las 24 horas totales de emisión al día.

<sup>205</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *op. cit.*, p. 132.

<sup>206</sup> *Ibid.*, p. 132.

triunfaron a lo largo de estos años lo hicieron con una estructura narrativa que cubrió un target de audiencias muy amplio. Las tramas de los casos de éxito estaban basadas en una mezcla entre la comedia y el drama y el equilibrio encontrado por los equipos de guion fueron el detonante que hicieron empatizar al público con los desasosiegos de los ficticios personajes. Manuel Palacio, historiador de la televisión en España, expone en sus escritos, que las cifras de los mayores picos de audiencia generados por la ficción española alcanzaron en el caso del último episodio de *Farmacia de Guardia*, 11 millones y medio de telespectadores, un indudable récord de audiencia. Mientras que *Médico de familia*, en uno de sus episodios más esperados, consigue congregarse frente a los televisores a casi 11 millones de telespectadores<sup>207</sup>.

El éxito de la producción audiovisual generada en territorio nacional por encargo de las cadenas generalistas precipita que ciertas figuras de la industria consigan un lugar en el panorama audiovisual televisivo. Cabe destacar, como en la década de los noventa, el papel de las productoras independientes que investigan, buscan, importan y crean formatos televisivos produjeron cierta revolución en el imaginario televisivo español.

En el contexto de la programación informativa, las cadenas públicas y privadas mantienen distintas perspectivas frente a la emisión de formatos destinados a la información. Cabe destacar como la televisión pública, tanto La1 como La2 son las cadenas de mayor contenido informativo con un total de cuatro horas al día cada una. Por el contrario, las televisiones privadas no llegan a las 2 horas de 24 que emiten<sup>208</sup>.

En el marco de la televisión pública, en concreto en el ámbito de la información, Javier González Ferrari director general del Ente televisivo nombra al periodista español Alfredo Urdaci en 1998 subdirector de los Servicios Informativos de TVE. De esta forma, ambos personajes construyen la nueva imagen informativa del servicio público televisivo. No obstante, la situación política y social por la que atravesaban los contenidos informativos en este periodo fueron cuanto menos complejas, así lo comenta el posterior Director de los Servicios Informativos de TVE en uno de sus escritos:

---

<sup>207</sup> Palacio, M. (2001). *op. cit.*, p.181.

<sup>208</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *op. cit.*, p. 132.

En mayo de aquel año el telediario segunda edición se había quedado sin presentador por la fuga de Sáenz de Buruaga a Antena 3. Con él, poco después, se marchaba Matías Prats. En el ambiente de Torrespaña flotaba una sensación de descomposición, de derribo. Los rumores tan frecuentes en la casa, tan fantásticos casi siempre, hablaban de una voluntad política de dismantelar RTVE, de dejarla languidecer hasta caer en la anemia. La competencia era cada vez más intensa, y los canales privados iban consiguiendo igualar en medios la capacidad informativa de TVE. Aquel verano la casa estaba inquieta por el incierto futuro, y aquel septiembre, las palmadas en la espalda sonaban al “que Dios reparta suerte”. Se tenía la impresión de que un trasvase de profesionales tan completo afectaría a la audiencia de los telediarios. Todavía no se había establecido la certeza de que los presentadores de los informativos no llevan detrás al pueblo de su audiencia en sus migraciones<sup>209</sup>.

En el marco de la programación de corte cultural y formativa, resulta necesario señalar como los formatos culturales son prácticamente inexistentes. En relación a esta cuestión, existe un evidente desequilibrio entre las televisiones públicas y privadas. En el caso de Antena 3 y Telecinco, no superan las 2 horas semanales. Sin embargo, en TVE, La1 dedica una hora y media al día y La2, con mayor perfil formativo emite más de cuatro horas y media diarias<sup>210</sup>. Por consiguiente, a raíz de los anteriores datos conviene exponer como la preocupación por el contenido cultural resulta prácticamente inexistente en la década de los noventa. La programación de entretenimiento ocupa el 90% de los espacios de la parrilla. El desasosiego por acumular audiencias precipita el olvido de las cuestiones esenciales de la programación, en particular, en el sistema de televisión público.

Antes de finalizar con el apartado, resulta conveniente presentar los formatos culturales que de una forma modesta se hicieron oír entre el tumulto del entretenimiento. En los canales de TVE se trabajó para que formatos culturales de corta duración pudiesen consolidarse en franjas horarias de audiencia media. En primer lugar, en 1997 se estrena el programa *Negro sobre blanco* dirigido por Fernando Sánchez Dragó. El formato de carácter cultural se originó con las pretensión se servir de orientación literaria para un público poco iniciado<sup>211</sup>. En el mismo año nace *La Mandrágora* como una revista cultural de 30 minutos dirigida por Miguel Sarmiento y presentado por Silvia Ruiz. En la Web de rtve.es se presenta como un magazine de información cultural que presta una especial

---

<sup>209</sup> Urdaci, A. (2005). *op. cit.*, p. 13.

<sup>210</sup> Gómez-Escalonilla, G. (2003). *op. cit.*, p. 133.

<sup>211</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 118.

atención al espectador joven, desde las concepciones clásicas hasta las más modernas<sup>212</sup>. *El Imperdible* fue otro caso de programa cultural estrenado en 1998 con una periodicidad diaria. El objeto de este formato fue el de construir una agenda de estrenos y actividades culturales<sup>213</sup>. Por último, se emitieron otros programas como *Los Libros* en 1998 acerca del mundo de la literatura o *Cultura con Ñ* del año 2000, un formato que trató de promocionar la cultura española e iberoamericana.

Cabe señalar, como en la Segunda Cadena de TVE se emplearon varios de sus espacios para la emisión de programas relacionados con el mundo de la cultura. No obstante, resulta conveniente citar las palabras de Francisco Rodríguez Pastoriza sobre esa desafiante fiebre cultural-televisiva que no quedaba claro si “respondía a una tópica coartada de prestigio político y no al sincero deseo de mejorar al espectador”<sup>214</sup>.

Con la pretensión de concluir el apartado, cabe mencionar como el primer periodo del Partido Popular en la historia de la democracia se encontró salpicado por acontecimientos y sucesos que cuestionaron las medidas del Gobierno en España. En este sentido, los telespectadores convivieron con la esperanza de encontrar en el servicio público de televisión una programación y una información que sirviese para ilustrar de forma veraz los acontecimientos de la realidad mediática. Sin embargo, debemos concluir como el sentimiento generalizado en las redacciones de los informativos de RTVE se encontraron inmersas en un intervencionismo continuo por parte de las directrices gubernamentales y del apoyo de ciertos directivos de la cadena. Los trabajadores del Ente público manifestaron su desacuerdo y malestar ante la intromisión en la veracidad y objetividad de las informaciones. La manipulación informativa se intensificó en los últimos meses del periodo popular con la incesante propaganda electoral emitida por las pantallas públicas. En las Elecciones Generales del 14 de marzo de 2004 el Partido Popular experimentó una tremenda derrota ante el Partido Socialista liderado por José Luis Rodríguez Zapatero.

---

<sup>212</sup> Rtve.es, *La Mandrágora*. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/la-mandragora/>

<sup>213</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *op. cit.*, p. 131.

<sup>214</sup> *Ibid.*, p. 126.

### 3. TERCERA PARTE:

#### ANTECEDENTES Y CONFIGURACIÓN DE LAS FUNCIONES DE SERVICIO PÚBLICO DE RTVE





El espacio mediático es de manera creciente el espacio natural de la cultura y de la comunidad política, en el que los ciudadanos se informan y participan en un proceso continuo de formación de la opinión pública. Nuestra Constitución acoge sus valores esenciales. El pluralismo –el libre fluir del mayor número de ideas- la veracidad y la accesibilidad de la información. En definitiva, los medios de comunicación –públicos o privados- desarrollan una actividad fundamental para las sociedades democráticas.

Radiotelevisión Española ha sido, en los últimos cincuenta años, parte de nuestra historia contemporánea, el escenario y, en ocasiones, un sujeto destacado de nuestra vida social, cultural y política. De tal manera, que su archivo de imágenes y de sonido ilustra y contribuye a formar nuestra memoria colectiva<sup>215</sup>.

*Teresa Fernández de la Vega Sanz*

---

<sup>215</sup> Prólogo de Teresa Fernández de la Vega. En Caffarel, C. (2007). *Hacia la Radiotelevisión Española de los ciudadanos*. España: Editorial Laberinto, p. 9



En el sistema de radiodifusión, el concepto de servicio público se ha considerado, históricamente, una definición compleja de formular. Además, cabe mencionar la dificultad determinante entre los países miembros de la Unión Europea para encontrar un concepto armonizado que cuente con el respaldo mayoritario de los miembros. Con todo, cabe destacar como el empeño comunitario ha coincidido en la necesidad imperante de que el sistema de televisión público debe dotarse de una definición y unas funciones de servicio público. Por consiguiente, la encomienda como actor principal de servicio público se ha determinado como una necesidad social y una inversión en la formación de la opinión pública y en la creación de los espacios de reflexión.

La Comisión Europea de 17 de octubre de 2001 reconoce que:

El servicio público de radiodifusión, aunque de indudable importancia económica, no es comparable al servicio público en cualquier otro sector económico. No existe ningún otro servicio que, simultáneamente, tenga un acceso tan amplio a la población, proporcione tal cantidad de informaciones y contenidos y, de este modo, transmita las opiniones individuales y la opinión pública e influya tanto en las mismas<sup>216</sup>.

El entendimiento entre los diferentes países se encuentra en la cuestión sobre la existencia de una televisión pública que responda a las exigencias democráticas y sociales, sin embargo, se difiere en ocasiones en la encomienda de sus funciones y sus contenidos. Una coyuntura general se plantea alrededor del aspecto de las funciones de información, formación y entretenimiento. En particular, el interrogante se suscita en relación con la función lúdica de la televisión. Sin embargo, una televisión exclusivamente informativa y educativa corre un grave riesgo de convertirse en un servicio marginal y para públicos minoritarios. Como resultado, se establecerían contradicciones directas con las funciones de servicio público de fomento de la identidad y cohesión social, además del alcance del mayor número de públicos y audiencias posibles. Por otra parte, una premisa indispensable que debe cumplir el contenido emitido por las cadenas públicas es la responsabilidad en el aspecto de la calidad, que ha estado presente en todas las definiciones de servicio público, pero que no se ha cumplido de forma satisfactoria en todos los periodos de la televisión pública española.

---

<sup>216</sup> Camacho, R. (2005). La televisión pública necesaria. En García, J. y Casado, J. (2005). *El Servicio Público de la Televisión*. Granada: Editorial Universidad de Granada, p. 18.

Por consiguiente, la televisión pública debe posicionarse en un papel activo y de liderazgo en la producción de contenidos de calidad en lo referido a sus funciones y, en particular, en la encomienda formativa y cultural. La programación tiene la responsabilidad de cubrir las necesidades de orden cultural y educativo desde una perspectiva innovadora y vanguardista. Además, el organismo televisivo tiene el cometido de ejercer una influencia mediática y de dedicar contenidos culturales en lugares destacados de la parrilla de programación. Sin embargo, el protagonismo de los niveles de diversidad cultural no han de desarrollarse con el propósito de la rentabilidad económica del medio, sino de la rentabilidad social de los públicos televisivos.

Partiendo de lo expuesto, el comportamiento programático llevado a cabo por la televisión pública a raíz de la liberalización del sector audiovisual resulta injustificable ante los poderes públicos y la sociedad española. El problema principal en la guerra por las audiencias radica en la homogeneización de los contenidos programáticos. De modo que una televisión de carácter público que mantiene un comportamiento programático muy similar a los operadores privados resulta prescindible desde un planteamiento de servicio público. Por este motivo, el organismo de RTVE requirió a finales de los años noventa una reformulación de sus principales funciones de servicio público, de la instrumentalización de sus directrices programáticas y una revisión exhaustiva de su organización administrativa y de su sistema financiero. Por todo esto, la televisión pública reconoció la desviación experimentada desde sus propósitos iniciales y de las funciones de servicio público establecidas en el momento de su constitución.

La liberalización del sector audiovisual en España fue una primera experiencia para el panorama televisivo público español. Los operadores privados aprovecharon para desencadenar un deterioro en el contenido hacia tendencias programáticas con el propósito esencial de conquistar audiencias. Con todo, la responsabilidad en este periodo se inclino hacia los poderes públicos que descuidaron la evolución de los contenidos de los operadores tanto públicos como privados que se mantuvieron aletargados hasta el 2004 año del inicio de la reforma.

A comienzos del año 2000, la necesidad de la reforma de la legislación y del funcionamiento legítimo del sistema de televisión español se había convertido en una

necesidad perentoria. A lo largo de la década de los ochenta, se hizo palpable la reivindicación de las demandas privadas para el fin del monopolio televisivo público con la intención de aumentar la oferta y con ello garantizar la pluralidad de las informaciones y de los contenidos. De manera que, en 2004, los partidarios de la reforma se esforzaron por combatir las normativas televisivas existentes para garantizar las funciones de las cadenas públicas con la finalidad de establecer una clara diferenciación en la misión y en las programaciones, respecto a las televisiones privadas que ostentaban intereses económicos de rentabilidad muy distinta. De forma parecida al momento actual de realización de esta investigación, en el año 2000 se constató la necesidad de fortalecer el sistema de televisión público para garantizar las funciones esenciales de servicio público en un escenario con un aluvión de ofertas programáticas procedentes de muy diversos conglomerados empresariales.

En contraste con lo anterior, la defensa de las programaciones para el operador de servicio público de televisión debe establecer funciones claras y específicas respecto de las emisiones de los operadores privados. De manera que no se trata tan solo de emitir el contenido considerado incompatible con las televisiones comerciales. Este aspecto ha sido un debate ampliamente discutido, la finalidad de la televisión pública no es poner a disposición del ciudadano aquellos contenidos que no tengan cabida en las cadenas privadas, si no enfocar la programación en un sentido de rentabilidad social, pero cumpliendo los estándares de calidad apropiados para un referente público televisivo. A partir de esta premisa, la configuración de la programación de Televisión Española debe regirse por los principios de programación de la cadena, en función del cumplimiento de las funciones de servicio público y atender a su misión de prestación de información, formación y entretenimiento desde la pluralidad, el rigor y la calidad.

Por los motivos anteriormente expuestos y avanzando en el razonamiento propuesto resulta imprescindible proceder al análisis de la incertidumbre regulatoria en la que se encuentra el servicio público de la televisión durante los primeros años del nuevo milenio en España. Un momento en el que la formulación de un modelo generalista público ha de ser compatible con el concepto de pluralidad, entendido desde la perspectiva de la independencia política y la multiplicidad de informaciones, y por otro

lado, mediante el establecimiento de una oferta variada ante la convivencia con otros operadores televisivos comerciales en un mercado audiovisual competente.

### **3.1. 2004-2006. Insostenibilidad en el sistema televisivo público: una reforma necesaria**

Definitivamente, las propuestas aprobadas mediante el Estatuto de 1980 de la Radio y la Televisión resultaban insuficientes ante la configuración del complejo panorama televisivo de los primeros años del milenio. El aumento de los operadores privados, las limitaciones publicitarias, los cambios tecnológicos, una reglamentación envejecida, la necesidad social de servicio público, un sistema de gestión televisivo insuficiente y la enorme deuda se convirtieron en las principales razones por las que generar una nueva reglamentación para el sistema televisivo público español.

Antes de comenzar con el examen de la legislación específica de servicio público, cabe destacar que, en un panorama televisivo caracterizado por la simbiosis de emisiones de contenidos con rentabilidades sociales y económicas distintas, resultó una necesidad perentoria la formulación de una nueva legislación general. La Ley de 1980 establecía normativas apropiadas para un operador de televisión público desprovisto de competencia y para un organismo de función única de servicio público. No obstante, se constató absolutamente incompatible con la intención de legislar contenidos y programaciones de ámbitos comerciales. El planteamiento de la inexistencia de una legislación que estableciera una regulación general para los operadores de telecomunicaciones tanto públicos como privados se abordaría, tardíamente, en el año 2010 con la Ley General Audiovisual.

En el año 2004, el modelo de gestión de RTVE resultó un servicio de difícil mantenimiento a nivel financiero que implicó resultados insuficientes en comparación con las complicaciones logísticas y el esfuerzo humano y económico que requería un servicio como el televisivo. En el mismo año, se debe mencionar además, la preocupación tanto social como por parte del aparato de gestión de RTVE respecto a la evolución de la deuda del Ente televisivo que alcanzó la cuantía de más de 7.500 millones de euros. La complicación económica supuso un verdadero quebradero de cabeza para el Estado y por

ende, para los representantes políticos que requerían de medidas para solventar un endeudamiento de tal magnitud.

Al mismo tiempo, el servicio televisivo ostentaba unos estándares de calidad muy alejados de las obligaciones de servicio público. El concepto de *despublificación*<sup>217</sup> expresa de un modo conveniente la desatención que el servicio público de televisión había experimentado en todo el proceso de principios de convivencia con las programaciones de los operadores comerciales. El olvido de las funciones de servicio público por parte de las administraciones de dirección y la exigencia perpetua a la televisión pública por mantener la hegemonía televisiva provocaron un daño en la confianza ciudadana de difícil compensación. Además, la inexistencia de un órgano regulador autónomo y competente reforzaba la histórica acusación del intervencionismo gubernamental que tenía como resultado la falta de compromiso con los principios de neutralidad, transparencia y calidad.

De igual manera, los principios fundamentales de formación, entretenimiento e información carecían de la excelencia exigida por su reglamentación. La continua lucha por la competencia publicitaria y la disputa por unas audiencias cada vez más fragmentadas supusieron una pérdida sustancial en la calidad de la programación. Como resultado, las tendencias se precipitaron hacia un movimiento de espectacularización con el objetivo del entretenimiento de las audiencias televisivas. Por consiguiente, en España se instauró un sentimiento de descontento social entre los telespectadores que reivindicaban una diferenciación entre los contenidos de los operadores privados y la programación de RTVE generada por la homogeneización y el carácter lúdico de los contenidos.

Con todo, conviene mencionar, la preocupación por la necesaria puesta en marcha de la implantación de la Televisión Digital Terrestre y la determinación del periodo para ejecutar el apagón analógico. Como resultado, la instalación de la TDT suponía una transformación técnica a gran escala y un cambio en las mentalidades de los telespectadores a través de campañas de comunicación efectivas y transparentes.

---

<sup>217</sup> Linde, E. (2005). La televisión, un servicio público esencial (del servicio público esencial al servicio público integral). En García, J. y Casado, J. (2005). *op. cit.*, p. 46.



La correcta dirección hacia la Era Digital resultaba un requisito fundamental para situarnos en una posición homóloga respecto a los satisfactorios modelos europeos televisivos. De manera análoga, RTVE poseía considerables deficiencias en relación a Internet y los consecuentes servicios interactivos de la Red a los que de forma prioritaria debía de dedicar recursos y medidas potentes.

En definitiva, el carácter de necesidad social de la radiotelevisión pública como servicio público esencial debe prevalecer sobre el resto de objetivos de interés comercial. La necesidad de la reforma se convirtió durante esta etapa en un complicado planteamiento a nivel social, político y económico que requería de una modificación urgente partiendo del sentido común, el conocimiento y el análisis crítico de la situación del organismo televisivo público español y el estudio de sus perspectivas de futuro.

### **3.1.1. Un horizonte de esperanza para el servicio público televisivo**

Las Elecciones Generales de 2004 se enmarcaron en un panorama de crispación social como consecuencia de los atentados terroristas del 11 de marzo en Madrid. El Partido Socialista obtuvo ganó las elecciones y José Luis Rodríguez Zapatero relevó al líder del Partido Popular, José María Aznar. La tendencia de la participación ciudadana se inclinó hacia la no abstención y los electores españoles acudieron en masa a las urnas superando índices de participación respecto a los comicios del comienzo de la democracia.

En el marco económico España experimentó, por primera vez en la historia de la democracia, un superávit en 2005 del 1,1,% del PIB estimulado por el crecimiento económico y los bajos tipos de interés. Sin embargo, la situación del Estado de Bienestar de la media española se encontraba significativamente desmejorada. Al igual ocurrió con otros servicios sociales como la sanidad, la educación o el I+D.

En el ámbito de la Sociedad de la Información, los planes *Info XXI* habían resultado un caso frustrado y se llevó a cabo un intento para subsanarlo con el

denominado *Ingenio 2010*<sup>218</sup>. La estrategia se llevó a cabo mediante los *Planes Avanza*<sup>219</sup> dotados de un elevado importe económico. Cabe destacar, que parte de esa financiación debía ser cubierta por entidades públicas y privadas.

Sin embargo, lo más importante de este periodo en relación al objeto de estudio de la presente investigación fue que entre los asuntos de servicio público se encontraba en un puesto prioritario de la lista el servicio de Radiotelevisión Española. La situación en el sector de las telecomunicaciones y en especial de la información precipitó que el nuevo presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, elaborase una nueva propuesta con la clara intención de reformar los servicios públicos de comunicación de titularidad estatal. El proyecto para ejecutar una mejora en la industria comunicativa española se diseñó con la idea de elaborar un Consejo Asesor que determinara las directrices y los cambios de dirección que debía tomar el servicio de televisión público español.

Además, el gobierno socialista pretendía elaborar estrategias para la formulación de una nueva Ley General Audiovisual que afectara a toda la industria televisiva. La conveniente normativa debería servir como prevención regulatoria para el control de la programación, especialmente en las cadenas privadas, la creación del defensor del espectador y el fomento para la eliminación de la telebasura.

Por consiguiente, la reforma de las funciones de servicio público se tradujo en la intención de crear un diseño para el sistema de radiodifusión y televisión público que sirviese como un modelo de referencia para la mejora de la sociedad española. Este planteamiento, que había sido ferozmente demandado por las instituciones audiovisuales, los académicos y por parte de la ciudadanía, se configuró como un horizonte de esperanza para la formulación de una televisión cultural<sup>220</sup>.

---

<sup>218</sup> Madrid, 9 de octubre de 2010. Programa Ingenio 2010: Balance de actuaciones. Ministerio de Ciencia e Innovación.

<sup>219</sup> Son las políticas más completas llevadas a cabo en España para el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento. Se centra en las líneas de: hogar y ciudadano, empresas, e-administración, educación y contexto digital.

<sup>220</sup> Lamuedra, M. y Lara, T. (2006). Los desafíos de Radiotelevisión Española (RTVE) como servicio público. *Pensamiento crítico, comunicación y cultura. I Congreso Nacional ULEPICC-España*, p. 8.

En particular, la pretensión de fomentar el acercamiento entre la educación, la cultura y la televisión se materializó en deseos del propio Partido Socialista que introdujo las siguientes premisas en su programa para las elecciones:

La creación de incentivos económicos por parte del Estado a la producción y difusión de programas educativos y culturales y el establecimiento de cuotas de la inversión publicitaria que realizan las administraciones públicas en programas y franjas de televisión educativo cultural<sup>221</sup>.

La intención residía en un compromiso enérgico propiciado por el Estado, tanto en los organismos privados como públicos, en el fomento y difusión de programación de corte cultural y generalista. De manera que, la problemática histórica de falta de financiación para el género cultural fuera al fin solventada.

La perspectiva esperanzadora que presentaba esta nueva etapa se afianzó al menos en sus inicios como la refundación definitiva y necesaria de los medios de comunicación públicos. Por consiguiente, se considera imprescindible señalar la relevancia que supuso el punto de inflexión de los poderes públicos hacia la reforma de los servicios de comunicación de titularidad estatal. La solución se contempló desde el diseño de una propuesta para el sistema televisivo que incluyera, de manera imprescindible, una reestructuración de los objetivos programáticos con el propósito de recuperar la función formativa y cultural del servicio público de televisión.

Además en este periodo, cabe destacar como en julio de 2004 el gobierno aprobó el reglamento de cumplimiento de la Ley de transposición de la Directiva de la Televisión Sin Fronteras<sup>222</sup>. De manera que, la nueva normativa pretendía “garantizar la libre circulación de los servicios de radiodifusión en el mercado interior preservando algunos objetivos importantes de interés público, como la diversidad cultural, el derecho de réplica, la protección de los consumidores y la protección de los menores. Tiene también por objeto promover la distribución y la producción de programas audiovisuales europeos garantizándoles una presencia mayoritaria en la programación de las cadenas de

---

<sup>221</sup> Casado Salinas, J. M.<sup>a</sup>, (2005). La educación en televisión: una estrategia para hacer posible el futuro. En García Casanova, J. F. y Casado Salinas, J. M.<sup>a</sup>, (2005). *op. cit.*, p. 164.

<sup>222</sup> Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, relativa a la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

televisión”<sup>223</sup>. Las cadenas televisivas debían de aplicar una inversión del 5% de sus ingresos netos en la elaboración de contenido español y europeo en materia de ficción<sup>224</sup>. Por otro lado, uno de los grandes hitos que marcó el periodo socialista en materia televisiva fue el Plan de Televisión Digital Terrestre. El problema radicó en que este mecanismo de actuación entraría en permanente conflicto con la estrategia de reforma que quiso llevar a cabo el presidente del gobierno con el conocido “Consejo de Sabios” para la reforma de los servicios públicos televisivos.

En definitiva, el panorama televisivo estatal se encontraba expuesto a múltiples competencias propiciadas por los operadores privados y otros soportes de reciente creación. No obstante, el año 2004 se convirtió en el momento idóneo para la reformulación de las funciones formativas, informativas y de entretenimiento de la televisión pública en España.

### **3.1.2. Los inicios de la reforma de RTVE. La recuperación del espíritu de rentabilidad social televisiva.**

En 2004, el presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, con la intención de poner en marcha su programa electoral, encargó a un “Consejo de Sabios” la elaboración de un informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad estatal. El Consejo estuvo formado por personalidades independientes y expertos en distintos campos de la información y de la comunicación. El equipo de trabajo se formuló a partir del Real Decreto 744/2004, de 23 de abril y se constituyó el 13 de mayo de 2004 con la intención de finalizar el proyecto en un plazo de 9 meses<sup>225</sup>. El Consejo estaba constituido por Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual, la

---

<sup>223</sup> Actividades de radiodifusión televisiva: Directiva “Televisión sin fronteras” (TSF).

<sup>224</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 206.

<sup>225</sup> La elaboración del Consejo Independiente tendría como principal finalidad elaborar el informe en la duración prevista y una vez finalizado y presentado el Consejo sería disuelto. La presidencia del Consejo fue ocupada por el filósofo Emilio Lledó. Todos los componentes del equipo renunciaron a recibir compensación económica alguna por la elaboración del informe para la reforma.

catedrática de Ética Victoria Camps, el filósofo Fernando Savater, el periodista Fernando González Urbaneja, el filósofo Emilio Lledó y un asesor para el Consejo Miguel Ángel Arnedo Orbañanos, experto en financiación propuesto por el Ministerio de Economía<sup>226</sup>.

El “Consejo de Sabios”, así denominado por la prensa del momento, supuso una clara excepción en la tradición de la política gubernamental española que no acostumbraba el nombramiento de consejos independientes para elaborar proposiciones en las reformas relativas al servicio público. Ahora bien, la nueva estrategia se enfrentó a una tarea de asesoría compleja desde cualquiera de sus perspectivas: ni el marco legislativo y jurídico, ni un modelo de financiación adecuado, ni tampoco una reglamentación acompañaban a una respuesta sencilla para el cumplimiento de las responsabilidades de servicio público. Por esta razón, el compromiso del poder público fue atrevido y arriesgado, pero también firme y convincente, pues el propio presidente del gobierno aseguró hacer llegar el Informe para la reforma directamente al Parlamento y manifestó que la remodelación de este servicio se había convertido en una necesidad de primer orden. Por primera vez desde la creación de RTVE, se consideró como requerimiento imprescindible la reconfiguración del sistema televisivo estatal como un servicio fundamental para la sociedad democrática.

Durante el inicio de la elaboración y documentación del Informe, el Consejo recibió múltiples proposiciones de muy diversa índole. Entre las propuestas de reforma más relevantes se encontraron las recibidas por el Congreso y el Senado, de los Ministerios de Trabajo y Asuntos Sociales, Asuntos Exteriores, Sanidad, Cultura, Administraciones Públicas, Educación, también procedentes de sindicatos, asociaciones de telespectadores, otras del sector publicitario, de las asociaciones de productores, de las radiotelevisiónes autonómicas o de las asociaciones empresariales privadas. Cabe destacar como todos los organismos que enviaron propuestas de reforma que pudiesen ilustrar al Consejo coincidían en el objetivo final de la necesidad de la existencia de un servicio público de calidad y la importancia de sus funciones como servicio público esencial<sup>227</sup>.

---

<sup>226</sup> Camacho, R. (2006). *El ajuste de las cuentas en el sector audiovisual. Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España*. Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública. Consejería de Justicia y Administración Pública, p. 323.

<sup>227</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 209.

El prólogo del *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado* redactado por el presidente del Consejo de Expertos, Emilio Lledó, describe las siguientes observaciones:

La comisión ha encontrado en la revisión de tantos estudios e informes que le han llegado, la mayoría de ellos muy valiosos, la reiteración de una serie de términos que sintetizan el horizonte al que tiende el camino de la reforma. Palabras como “calidad”, “bien social”, “veracidad”, “pluralismo”, “libertad de expresión”, “público”, “progreso”, “independencia”, etc., que se aceptan como hechos teóricos incuestionables, tienen que ser algo más que palabras “usadas”, gastadas, para abrirse y desarrollarse como “instrucciones de uso”, en el mecanismo democrático: Han de convertirse en ideas-fuerza que, en el análisis de sus condiciones de posibilidad, expresen las formas concretas en que esos indudables valores se encarnan en la vida. Sin esa revitalización de los conceptos que, a veces, dejamos asentar inertemente en nuestras cabezas, ninguna teoría, por muy llena que esté de buena voluntad, puede llevarse a la práctica<sup>228</sup>.

En definitiva, parecía que la mayor parte de los interesados en la reforma tenían bien arraigados los términos que debían de constituir a una televisión pública de calidad con el objeto de cumplir sus obligaciones de servicio público. No obstante, el problema subsistía en las medidas adecuadas y necesarias para una reforma lo más plena posible. En cómo empezar a destruir un modelo obsoleto y qué elementos eran los necesarios para construir un engranaje adecuado.

El 21 de febrero, el presidente del Consejo de Expertos, Emilio Lledó, entregó el informe de 202 páginas a la vicepresidenta primera del Ejecutivo, María Teresa Fernández de la Vega. El informe contaba con la aprobación de cuatro de sus miembros y un voto discrepante correspondiente a Fernando González Urbaneja, presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa Española y de la Asociación de la Prensa de Madrid<sup>229</sup>.

El estado de la cuestión del Informe denominado “Los medios públicos en España: una necesaria y urgente reforma” presentaban una enumeración de discrepancias

---

<sup>228</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado*. Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado. p. 14.

<sup>229</sup> Madrid (21 de febrero de 2005) El “comité de sabios” propone que el director de RTVE sea nombrado por convocatoria pública. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/sociedad/2005/02/21/actualidad/1108940401\\_850215.html](https://elpais.com/sociedad/2005/02/21/actualidad/1108940401_850215.html)

respecto al funcionamiento vigente del servicio televisivo público. En el escrito se argumenta una clara carencia de un marco legal adecuado y consistente. Se manifiesta el deterioro de los medios públicos de comunicación que derivarían como consecuencia directa en la pérdida de una herramienta elemental y necesaria para la articulación cultural y la cohesión social de España. Además, el informe planteaba la posible distancia que se podría alcanzar respecto a nuestros países vecinos europeos en cuestiones de educación, información, cultura y entretenimiento. Por último, la falta de desarrollo de un sistema audiovisual equilibrado, plural y armónico, en donde los “medios públicos sean garantes de una democracia participativa y de calidad”<sup>230</sup>.

Con el propósito de presentar las carencias legislativas que afectaban intrínsecamente a RTVE, el informe exponía tres puntos principales relevantes para nuestra investigación. Hay que mencionar además, que los factores que se planteaban impedían el cumplimiento por los medios de comunicación de titularidad estatal de las funciones de servicio público esencial. En primer lugar, el informe indicaba la falta de regulación en el derecho de acceso de grupos significativos. En segundo lugar, la ausencia de una autoridad independiente y, en última instancia, una ineficacia en la aplicación del Estatuto de 1980 en lo que se refiere a RTVE. En definitiva, se manifiesta la necesidad de una remodelación jurídica y urgente de los medios públicos de titularidad estatal y, en general, del sector audiovisual español.

Cabe exponer, como un rasgo de interés planteado en el Informe, la preocupación por parte del Consejo por la transformación periodística de los informativos. El bloque programático de los telediarios había evolucionado en los últimos años hacia un estilo orientado por la ética comercial y se había producido una lamentable pérdida de calidad en la información. Por otro lado, la falta de ética y la manipulación informativa había provocado un malestar general en las redacciones de RTVE durante el año 2003-2004 acusando a la Dirección de RTVE de la manipulación gubernamental del Ente televisivo público.

---

<sup>230</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 20.

En el bloque de *Misiones y actividades de servicio público* del Informe se argumentaba que:

Para unos medios al servicio de una democracia plural y participativa, ha sido la parcial y paulatina, pero demostrable, desviación de los programas informativos desde el modelo público europeo, -como órgano esencial para la información, la expresión y el juicio de valor de los ciudadanos- hacia el modelo comercial que, bajo la presión publicitaria y en consonancia con las cadenas privadas, ha tenido a reflejar cada vez menos la vida política y social, nacional e internacional. Se ha llegado, así, a saturar los telediarios con noticias sobre sucesos y “crónica rosa” (...) y a tergiversar incluso la sección de cultura, convirtiéndola con frecuencia en espectáculo banal<sup>231</sup>.

Por otra parte, hay que mencionar el análisis del Consejo en cuestiones acerca de su gestión y control. De manera que, se presentan dos puntos de especial interés en lo que se refiere a la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), autoridad de supervisión del Ente televisivo desde 2001. En lo referente a la SEPI, se destacaron sus trabajos de control y revisión de las cuentas, sin embargo, se definió como ineficiente su labor en la definición de un modelo económico viable para RTVE. En segundo caso, el nombramiento gubernamental del director general del Ente se convirtió en uno de los principales puntos a modificar en el Informe. El Consejo argumentó que la histórica dependencia gubernamental de la Dirección General, impedía de forma sistemática un servicio objetivo de información, una correcta gestión de la empresa pública y la inviabilidad financiera por la carencia de aprobación de planes y estructuras definidas.

Antes de continuar, cabe recalcar que todas estas observaciones se relacionan también con la perspectiva desoladora que el informe exponía de la situación social ante el sistema televisivo público vigente hasta el momento y mencionaba el siguiente dictamen en términos de futuro:

Los propios análisis internos de RTVE muestran como una parte de la audiencia juvenil comienza a contemplar sus canales como algo anclado en estereotipos del pasado, y resistentes a la innovación y la creatividad; más culturales a veces, pero elitistas y aburridos; incapaces de adaptarse a un tipo de cultura compartida por la mayoría. Y no parece que la actual oferta digital de RTVE tienda a paliar en el futuro esa disminución de audiencia. Por cierto, que

---

<sup>231</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 23.



hablar de una cultura mayoritaria implica, al mismo tiempo, educar para la cultura. Una tarea mucho más fácil y creadora de lo que sostienen ancestrales y negativos prejuicios. La cultura que brota de esa educación no es ni elitista ni aburrida<sup>232</sup>.

Ante la pérdida de perspectiva como servicio público, el Informe presentaba un amplio apartado, de gran interés para nuestro objeto de estudio, en el que se planteaban las funciones de servicio público existentes, las nuevas necesidades generadas por las transformaciones en la Sociedad de la Información, las propuestas por parte del Consejo y los indicadores, cuantitativos y cualitativos, para medir el cumplimiento de dichas funciones.

Por consiguiente, resultaba fundamental que la nueva ley recogiese el trabajo de elaborar y definir las funciones de servicio público para la empresa televisiva estatal. De igual manera, existía la necesidad de concreción en el sentido de que las funciones fuesen realmente medibles para controlar el cumplimiento de los resultados y diferenciar el resto de labores atribuidas a los operadores televisivos privados. Todavía, cabe señalar la inexistencia de un órgano regulador e independiente que cumpla con una supervisión neutral de la empresa televisiva estatal. Por último, resulta conveniente exponer la exigencia de unos criterios que permitan la vigilancia y el control de la financiación de radiotelevisión.

Se debe agregar que las tradicionales funciones de la radiotelevisión pública de informar, entretener y educar han de caminar en consonancia con la calidad de la programación. Además de generar contenido conveniente y apropiado con las exigencias legislativas como servicio público, el contenido televisivo debe amplificar estas funciones con el objetivo de generar un interés en la sociedad junto a un claro sentido de rentabilidad social. Otro rasgo relevante consiste en que dicha programación debe ser clasificada de una excelencia ética y estética, el proceso creativo se considerará determinante para generar contenidos modernos y atractivos que convoquen el interés social.

---

<sup>232</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 27.

Avanzando en el objeto de estudio, cabe destacar la mención en el Informe del Consejo sobre los objetivos específicos enumerados como servicio público por la Unión Europea de Radiodifusión de 1993 que servía claramente, a pesar de su fecha de confección, como un modelo óptimo al que asemejarse:

Una programación para todos, un servicio de base generalista con ampliaciones temáticas, un forum para el debate democrático, libre acceso del público a los principales sucesos, una referencia en materia de calidad, una abundante producción original y un espíritu innovador, un escaparate cultural, una contribución al refuerzo de la identidad europea, así como a sus valores sociales y culturales, un motor de la investigación y del desarrollo tecnológico<sup>233</sup>.

Una vez expuesto lo anterior, resulta conveniente mencionar que las vigentes exigencias como servicio público en el momento de la elaboración del Informe demandaron de un esclarecimiento de las necesidades que suponía la Era Digital y las exigencias que imponía la Sociedad de la Información. Al mismo tiempo, esta adecuación debía de basarse principalmente en los fundamentos que propiciaran el interés general y la rentabilidad social. En este contexto, el Consejo para la reforma propuso un acondicionamiento de las obligaciones de servicio público fundamentado en los siguientes puntos. En primer lugar, la desvinculación de los poderes políticos y económicos para la línea informativa; en segundo lugar, que la radiotelevisión pública adoptara una postura como referente del sistema televisivo; tercero, que el Ente televisivo apostara por la integración digital mediante funciones de cohesión social y, por último, que defendiera los estándares técnicos abiertos, que permitieran el acceso a todos los ciudadanos. Todas estas consideraciones se relacionan también con la elaboración de una oferta programática plural para todos los públicos mediante el uso del canal principal como punto cardinal en la relación con las audiencias y una correspondencia específica con los públicos minoritarios diversificando los contenidos hacia las nuevas demandas de la información de calidad. Por último, el Informe recalca el compromiso de un acceso público, gratuito y accesible de la información y la programación pública para todos los ciudadanos. Por consiguiente, la enumeración de las insuficiencias debían ser consideradas en el momento

---

<sup>233</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 79.

de la elaboración de las definiciones, las acciones y los indicadores de las nuevas propuestas para las obligaciones como servicio público de radiotelevisión española.

En definitiva, el Consejo se dispuso a redactar las nuevas directrices tras el análisis de los expertos acerca de las necesidades de servicio público vigentes y tras la exploración de las carencias para la correcta adecuación en la Sociedad de la Información. La siguiente disposición marcaría el futuro de las funciones necesarias para el correcto cumplimiento de las obligaciones de servicio público. El Consejo para la reforma presentó las siguientes fórmulas<sup>234</sup>:

Preservar y fomentar los principios constitucionales y los valores cívicos

Promover la cohesión territorial

Garantizar la universalidad de contenidos y destinatarios

Promover la integración social

Ser el punto de referencia de todo el sistema audiovisual

Informar con pluralismo y veracidad

Educar para la sociedad

Estimular la participación democrática y promover la educación que ello comporta

Promover la identidad cultural

Impulsar la proyección de España a escala Internacional

Promover el acceso a la Sociedad de la Información para todos los ciudadanos

Promover la creación digital y multimedia

Es necesario destacar como estas funciones de obligado cumplimiento debían de hacerse efectivas bajo dos premisas incuestionables. En primer lugar, la radio y la televisión de titularidad del Estado debían de ofrecer un tratamiento hacia el espectador como un ciudadano y no como un consumidor. En segundo lugar, los medios de

---

<sup>234</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 81.

radiodifusión públicos debían de perseguir la rentabilidad social y alejarse de la rentabilidad económica tan apreciada por los operadores comerciales.

Los anteriores conceptos se esclarecerán en la definición de los indicadores para llevar a cabo los procesos de control óptimos para el cumplimiento de dichas funciones. Hay que mencionar además, que el Consejo de Expertos elaboró dos medidas específicas para garantizar el desempeño de las obligaciones: la elaboración de un Mandato-marco y el establecimiento de un Contrato-programa.

En primer lugar, el Mandato-marco pretendía establecer los objetivos generales que debían cumplir los medios de comunicación de titularidad estatal a medio plazo, cada nueve años. Al mismo tiempo, se definirían qué objetivos eran de mayor prioridad. La propuesta sería competencia del Consejo Audiovisual y sería aprobada en última instancia por el Parlamento.

En segundo lugar, se elaboró el concepto de Contrato-programa como una herramienta que estableciera las acciones aplicables a partir de los objetivos del Mandato-marco a corto plazo, cada tres años. La elaboración de las medidas aplicables sería competencia del Consejo de Administración de RTVE con destino al Consejo Audiovisual que lo elevaría al Parlamento.

Acorde con la intención de garantizar un correcto funcionamiento de las nuevas medidas y el cumplimiento de las funciones como servicio público el Informe del Consejo de Expertos propuso los siguientes indicadores de control<sup>235</sup>:

Preservar y fomentar los principios constitucionales y los valores cívicos

Valores difundidos, constitucionales y éticos en general.

Promover la cohesión territorial

Descentralización. Por géneros, cadenas, orígenes; para programaciones nacionales o desconexiones.

Colaboración con las RTV autonómicas y locales.

Garantizar la universalidad de contenidos y destinatarios

---

<sup>235</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. op. cit.*, p. 86.

Diversidad programática. Por macrogéneros y géneros, por cadenas y por franjas horarias.

Satisfacción y diversidad del público alcanzado: panel de preferencias, audiencia acumulada, segmentos sociales del público alcanzado.

Promover la integración social

Atención a las minorías más desfavorecidas: espacios, tiempos y horarios.

Ser el punto de referencia de todo el sistema audiovisual

Compromiso con el espectador: puntualidad y anuncio previo de los programas.

Saturación publicitaria. Por tiempos de emisión, cadenas, franjas horarias, géneros.

Innovación en géneros y formatos.

Informar con pluralismo y veracidad

Presencia Informativa: programas, géneros, tiempos y horarios.

Desconexiones informativas regionales.

Pluralismo político y social.

Educación para la sociedad

Programas educativos: espacios específicos, tiempos y horarios.

Estimular la participación democrática y promover la educación que ello comporta

Acceso de los grupos sociales: programas, tiempos y horarios dedicados al acceso, así como presencia en otros programas.

Promover la identidad cultural

Producción propia por géneros y formatos.

Presencia cultural: programas, géneros, tiempos y horarios.

Cine español: inversiones, programación, cuotas, respecto al total de emisiones de filmes.

Industria audiovisual independiente: inversiones programación, cuotas respecto al total de emisiones.

Impulsar la proyección de España a escala Internacional

Audiencia y satisfacción del público.

Coproducciones y acuerdos, especialmente en la Unión Europea y con Iberoamérica.

Promover el acceso a la Sociedad de la Información para todos los ciudadanos

Expansión del acceso, nuevos contenidos y servicios digitales.

Expansión y calidad de la oferta digital.

Promover la creación digital y multimedia

Promoción digital y multimedia: inversiones, desarrollo de servicios interactivos, coproducciones con la producción independiente española y europea.

Lo expuesto con anterioridad ilustra como los expertos del Consejo Independiente consideraron que las regulaciones vigentes hasta el momento del Informe no habían definido de un modo eficiente y aplicable las necesidades de servicio público esencial. Dicho en otras palabras, el Estatuto de 1980 no había logrado concretar una definición aplicable a las prácticas de la empresa pública televisiva. La nueva legislación propuesta por el Consejo debía tener como una de sus finalidades cardinales la redacción y definición de las obligaciones de los medios de comunicación de titularidad estatal como servicio público esencial, con el propósito de adaptarse a las directrices de la Unión Europea en una persecución activa de la rentabilidad social. No obstante, no debían olvidarse de la sostenibilidad económica de los medios de comunicación de titularidad estatal que no significaba una rentabilidad negativa.

En lo referente al contexto programático, el Informe del Consejo presentó un asesoramiento en cuestiones de programación y planteó una reestructuración para una gestión independiente. El objetivo consistió en alcanzar una financiación transparente y sostenible. Por consiguiente, el grupo de expertos elaboró una serie de propuestas en relación a la mejora de la programación de RTVE. En primer lugar, los contenidos debían regirse bajo los principios de carácter informativo, educativo, cultural y de entretenimiento, respetando el pluralismo, la calidad y la dignidad de las personas. RTVE debía configurar su operatividad como un motor indiscutible de la industria audiovisual

fomentando la producción propia de programas y siendo referente en calidad y contenido. Además, debía fomentar la cooperación internacional, especialmente, con países de Unión Europea y Latinoamérica. La integración y participación de los grupos sociales y los partidos políticos de mayor relevancia con la intención de promover la participación ciudadana indiscutiblemente necesaria en una sociedad democrática. Llevar a cabo el cumplimiento de las obligaciones generales y de las acciones particulares que sean aprobadas por el Mandato-marco y los Contratos-programa. En el contexto publicitario, se debía poner en práctica una reducción significativa con el objeto de paliar la saturación publicitaria para poder alcanzar cuotas publicitarias por debajo de las televisiones comerciales. Y, por último, como una de las decisiones de mayor trascendencia del Informe, el planteamiento de la creación de un Consejo Audiovisual independiente que pudiera ejercer y llevar a cabo las funciones de control de la gestión y la supervisión del cumplimiento de las misiones de servicio público. Además, el organismo debía poseer competencias sancionadoras al igual que los órganos de control homólogos de los países vecinos de la Unión Europea.

A continuación, se debe realizar un examen breve de las principales propuestas presentadas en el Informe en relación con la gestión de RTVE. Para comenzar, la acción determinante en este ámbito fue la creación como entidad jurídica autónoma de la Corporación de RTVE. La clave de esta propuesta fue alcanzar una independencia gerencial y, a nivel informativo, del poder ejecutivo. En segundo lugar, la creación del Consejo de Administración de RTVE con plena capacidad de control de la gestión. La formación del Consejo debía estar compuesta por individuos de sobrado reconocimiento en el sector de la Comunicación. Además, la duración del mandato del Consejo de Administración es establecida superior en años a una legislatura para evitar cualquier tipo de condicionante político o gubernamental o coincidente con las elecciones generales. Otra de las propuestas de relevancia se relacionó directamente con la elección del director general mediante una convocatoria pública y bajo la elección directa de más de dos tercios del Consejo de Administración. Por último, se planteó la necesidad de dar voz a los Consejos Asesores Representativos con la intención de salvaguardar la independencia en la ejecución de las misiones de servicio público.

En última instancia, debemos analizar las principales propuestas del Consejo en relación a las posibles modificaciones que pudieran llevar a cabo un saneamiento de del sistema financiero de RTVE. La principal determinación tomada por los miembros del Consejo fue la declaración de la viabilidad de una financiación mixta para el Ente radiotelevisivo. De manera que, las fuentes de ingresos fueran de carácter público, mediante los Presupuestos Generales del Estado, y de carácter privado a través de la publicidad, el patrocinio y la venta de productos. No obstante, se establecieron una serie de limitaciones en ambas financiaciones. Por un lado, el capital recibido por parte del Estado no podía superar en ninguno de los casos el 50% de los establecido en los presupuestos presentados y declarados por los Contratos-programa. En el ámbito de la publicidad se propuso una reducción de los ingresos publicitarios y una mejora en la gestión de los patrocinios, de forma que se disminuyera la presión instaurada en las actividades por los mecanismos publicitarios. En segunda instancia, se planteó la asunción de la deuda de RTVE por parte del Estado con la intención de ejecutar un saneamiento de las cuentas del sistema de radiotelevisión público y adquirir una postura de transparencia en todo lo referente a los gastos, ingresos, contratos, uso de las instalaciones y ocupación. En última instancia, la elaboración de planes estratégicos, a corto y medio plazo, en vista de una política de ahorro en los gastos y una diversificación de los ingresos.

En definitiva, el Informe generado por el “Consejo de Sabios” fue presentado ante el gobierno como una ventana de oportunidad a la regeneración del sistema de radiotelevisión público español, con la intención de llevar a cabo un acercamiento a los modelos homologables de los países de la Unión Europea. La pretensión del Consejo de Expertos fue defender un sistema que contribuyera a los principios de una sociedad democrática y al fortalecimiento de la educación y la cultura de nuestros ciudadanos. Se debe agregar que, el Informe esclarecía la necesidad de una concienciación social general, tanto en los órganos reguladores independientes como de los gobiernos y la ciudadanía, de la necesaria existencia de un servicio de Comunicación e Información público e



independiente para España, pero con el conocimiento de lo que supone a nivel económico y de responsabilidad social<sup>236</sup>.

### 3.1.3. Realidad y resultado del *Informe de Expertos* para la reforma de RTVE

La publicación del Informe del Consejo trajo consigo una curiosa recepción mediática. La presentación del trabajo tuvo una reacción por parte de algunos medios de comunicación de crítica directa hacia los intereses de las televisiones comerciales. Por lo que se refiere a las medidas planteadas por el Informe, la prensa adoptó una postura de reproche acerca de la dependencia gubernamental como rasgo general y la corriente de continuismo en algunas de sus propuestas. Además, se criticó la asunción de la deuda por parte del Gobierno y la idea de limitar la publicidad frente a un beneficio para los operadores televisivos de carácter privado. Algo semejante sucedió en relación con la reacción del Ministerio de Hacienda que declaró no encontrar en el Informe una solución viable en el funcionamiento económico de los medios de titularidad estatal excepto por el apoyo financiero procedente del Estado<sup>237</sup>.

En contraste con lo anterior, el Informe del Consejo de Expertos recibió reacciones positivas por parte de los sindicatos y de las principales asociaciones del sector televisivo. Además de contar con el apoyo de la directora general de RTVE, Carmen Caffarel, que afirmó que las nuevas propuestas del Consejo de Expertos habían logrado un sistema de servicio público equiparable en términos de calidad al de las televisiones europeas<sup>238</sup>.

A pesar de las medidas propuestas por el Informe del “Consejo de Sabios”, en el año 2005 la situación de RTVE continuaba en unas circunstancias de precariedad, déficit económico y endeudamiento. En ese mismo año, los Presupuestos Generales del Estado

---

<sup>236</sup> Madrid, febrero de 2005, Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado. *op. cit.*, p. 112.

<sup>237</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 223.

<sup>238</sup> Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad?. *Comunicar*, n.º 25, p. 24.

continuaron en la misma dinámica de frágiles subvenciones, y la deuda ascendió a 7.561 millones de euros<sup>239</sup>, un aumento considerable en comparación con los 6.892 millones de 2004<sup>240</sup>. El contexto económico del operador televisivo público produjo una situación de crispación entre los trabajadores del Ente, provocado por incumplimientos de los convenios, además de la falta de gestión y control de los gastos por parte de la entidad. Conviene subrayar también, la pérdida económica precipitada por la compra de contenido de ficción de producción ajena, y el aumento de los costes por parte de los intermediarios, además de una infrutilización declarada de los recursos propios de la empresa televisiva pública.

Todas estas aclaraciones se relacionan al mismo tiempo con el duopolio generado por los operadores privados, que ante la falta de un plan financiero y una definición de las obligaciones de servicio público de RTVE, alcanzan récords de ingresos y beneficios económicos en la historia de la televisión en España. En el año 2005, en contraste con la imparable deuda de RTVE, Antena 3 declara un beneficio neto de 226 millones de euros y Telecinco de 290 millones de euros<sup>241</sup>.

Más allá de estos datos, es relevante revisar la propuesta del Partido Socialista en relación al impulso de la Televisión Digital Terrestre, que se convirtió durante este periodo en uno de los puntos cardinales de debate entre los operadores televisivos. El aumento de la oferta programática se encontraba respaldado tras el argumento de una mayor pluralidad de contenidos que atendiera a las diversas demandas mediáticas de la ciudadanía y a una mejora técnica de los servicios televisivos españoles.

El 7 de noviembre de 2005, Sogecable lanza en abierto el canal Cuatro con Iñaki Gabilondo al frente de *Noticias Cuatro* y un especial *Hoy no estrenamos programa, estrenamos cadena* para exponer los contenidos del nuevo canal<sup>242</sup>. Las emisiones

---

<sup>239</sup> G. Gómez, R., (Madrid, 2 de julio de 2005). El Estado asumirá los 7.560 millones de deuda acumulada por RTVE en 15 años. Una comisión nombrada por la SEPI se encargará de la liquidación del Ente Público. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2005/07/02/sociedad/1120255205\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/07/02/sociedad/1120255205_850215.html)

<sup>240</sup> Bustamante, E. (2006). *op. cit.*, p. 227.

<sup>241</sup> *Ibid.*, p. 230.

<sup>242</sup> Madrid (7 de noviembre de 2005) Cuatro nace a las 20:44. Iñaki Gabilondo abre con un programa especial las emisiones de un nuevo canal generalista de Sogecable. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2005/11/07/radiotv/1131318001\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/11/07/radiotv/1131318001_850215.html)

comienzan a través de la frecuencia analógica y en abierto de Canal+ con la intención de generar un canal de televisión generalista basado en el entretenimiento, la calidad y la innovación. Canal+ continua con sus emisiones exclusivamente para abonados en la plataforma de Digital+, de igual modo, propiedad de Sogecable.

Cabe destacar que esta evolución en el panorama televisivo español se originó tras la propuesta del Consejo de Administración de Sogecable ante el Gobierno en febrero de 2005 para romper con las limitaciones de las emisiones en abierto acordadas en la Ley de la Televisión Privada de 1988. El Consejo de Ministros aprobó la propuesta valorando el interés general, el acceso a una televisión generalista de forma gratuita, de manera que se justificaba un aumento del pluralismo informativo y cultural y un fortalecimiento de la industria de la comunicación y del entretenimiento<sup>243</sup>. Con todo, el Gobierno estableció una serie de condiciones financieras y de programación para el nuevo canal Cuatro, así, por ejemplo se exigió a Sogecable la separación contable de la ventana en abierto y la ventana de pago. En términos de programación, la prohibición de emitir en abierto los derechos de ficción adquiridos para la ventana de pago, excepto si transcurridos tres meses ninguna de las cadenas generalistas hubiesen adquirido estos derechos<sup>244</sup>.

En el mismo mes y año que empiezan las emisiones de Cuatro, el Consejo de Ministros aprobó lo que sería la cuarta cadena privada de emisión analógica en abierto: LaSexta. El concurso público resultó a favor la *Sociedad Gestora de Inversiones Audiovisuales*<sup>245</sup> formada por un grupo de productoras españolas y la empresa mexicana *Televisa*. La nueva cadena analógica presentó su propuesta con un esquema de programación complementario frente al panorama existente con el resto de cadenas generalistas en abierto.

---

<sup>243</sup> Almirón, N. (2007). La deuda de Sogecable y Prisa: análisis y génesis de una estrategia empresarial global de alto riesgo. *Quaderns del CAC*, n.º 29. p. 114.

<sup>244</sup> Madrid (30 de julio de 2005) Sogecable lanzará en otoño Cuatro, el nuevo canal de televisión en abierto. Los abonados de Canal + analógico pueden integrarse en Digital + por el mismo precio. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2005/07/30/sociedad/1122674409\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/07/30/sociedad/1122674409_850215.html)

<sup>245</sup> La Sociedad Gestora de Inversiones Audiovisuales estaba formada en gran parte por el grupo mexicano Televisa (40% del capital), Globomedia y Mediapro, El Terrat, Drive y Bainet que contaban con experiencia en el sector audiovisual.

Indiscutiblemente, la medida de mayor relevancia del Consejo de Ministros en este ámbito, adoptada el 27 de noviembre de 2005, junto con la concesión de LaSexta, fue la aprobación del reparto de los canales de la Televisión Digital Terrestre. De manera que, el paisaje televisivo español quedó diseñado con la siguiente estructura: RTVE gestionaría cinco programas digitales; Antena3, Telecinco y Sogecable 3 cada uno y LaSexta, Net TV y Veo TV tendrían 2 canales. El resultado final fue el siguiente: 20 canales de TDT de ámbito estatal que deberían empezar a emitir el 30 de noviembre de 2005<sup>246</sup>.

Ambas medidas fueron adoptadas, según la vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, como el Ministro de Industria, José Montilla, con el objetivo de dotar al panorama televisivo de mayor pluralismo e incrementar la oferta de contenidos para la ciudadanía española<sup>247</sup>.

Por consiguiente, a partir del mes de noviembre de 2005 el panorama televisivo español contó con 20 canales de televisión digital terrestre de ámbito nacional en abierto y gratuitos. El establecimiento del nuevo modelo tecnológico permitía a los telespectadores recibir una señal de mayor calidad de vídeo e imagen<sup>248</sup> con una ampliación en la oferta de canales y la innovación que suponían los servicios interactivos. La intención para los canales autonómicos y las televisiones locales fue impulsar su implementación y puesta en marcha en el año 2006<sup>249</sup>.

En definitiva, el periodo que comprende entre la propuesta y la puesta en marcha de la elaboración del Informe para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad Estatal y la aprobación de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal puede ser considerado como un periodo transitorio y cuanto menos convulso. Las firmes propuestas elaboradas por Consejo de Expertos fueron ampliamente

---

<sup>246</sup> Marcos, C., (27 de noviembre de 2005). El Gobierno aprueba el reparto de canales de TDT y concede a LaSexta el cuarto canal analógico. Madrid. *EL MUNDO*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2005/11/25/comunicacion/1132912432.html>

<sup>247</sup> *Ibíd.*

<sup>248</sup> El sistema digital suponía el fin de las interferencias televisivas, además del cambio de formato del 4:3 al 16:9.

<sup>249</sup> Marcos, C., (6 de junio de 2006). ¿Qué es la Televisión Digital Terrestre? Madrid. *EL MUNDO*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2005/11/25/comunicacion/1132919631.html>

criticadas a la par que valoradas por organismos estatales y medios de comunicación. No obstante, resulta conveniente mencionar que en esta etapa se abrió el debate sobre el futuro de la radiodifusión pública española. Sin duda, un abordaje necesario para plantear los significativos cambios en el modelo de gestión y programación del Ente televisivo público tan reivindicados por la ciudadanía española.

### 3.2. 2006. Fin de etapa. Un nuevo modelo de televisión pública

A continuación, el siguiente bloque pretende examinar el año 2006 como uno de los momentos clave en la historia de la radio y de la televisión en España. La culminación del Informe del Consejo de Sabios y la elaboración de la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal precipitaron un giro definitivo para RTVE desde la elaboración del Estatuto de 1980. Resulta conveniente mencionar que el año 2006 coincidió con el cincuenta aniversario desde la creación en 1956 del Ente público de radio y televisión, un momento idóneo para abordar las nuevas propuestas aprobadas por la ley y desafiar las perspectivas de futuro del complejo panorama televisivo español.

En primer lugar, cabe destacar que la intención de los órganos de dirección de RTVE, los organismos públicos y las audiencias radicaba en ser testigos del comienzo de una nueva y renovada temporada para la configuración y el modelo de gestión del servicio de televisión público. Un final de fase para un contexto televisivo salpicado por la grave falta de prestación de servicio público, la nula cobertura frente a los derechos de los espectadores y una deuda económica desorbitada<sup>250</sup>. Además, de una deuda social cuyas audiencias habían perdido la confianza y la credibilidad de los contenidos emitidos, sin debate social, cultural ni político. Por último, un sistema de gestión opaco y maltrecho sumado a un deterioro paulatino de los ingresos por la inexistencia de un modelo de financiación estable y consistente.

Lo expuesto hasta este punto del trabajo supone un contexto poco favorable frente a un complicado entramado de operadores televisivos privados, una saturación de la oferta programática y una multiplicidad de dispositivos como canales de recepción. Por consiguiente, previo a la transformación del Ente público televisivo y para un mejor entendimiento del panorama televisivo de este periodo será preciso mostrar de forma

---

<sup>250</sup> Graván, M. L. y Lara, T. (2006). Los desafíos de Radiotelevisión Española (RTVE) como servicio público. *Pensamiento crítico, comunicación y cultura: Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España*, p. 4

breve una radiografía de los operadores generalistas vigentes en el paisaje audiovisual del momento.

En primer lugar, el escenario televisivo se encontraba conformado por los canales analógicos: dos canales públicos (La1 y La2) y cuatro canales privados, todos ellos estatales (Antena3, Telecinco, Cuatro y LaSexta) y dieciocho canales autonómicos. En segundo lugar, respecto a la emisión por Televisión Digital Terrestre se contaba con veintitrés canales públicos y privados. Una plataforma de pago de televisión por satélite; más de mil emisoras públicas y privadas de televisión local; televisión por cable mediante pago; distribución por ADSL y canales internacionales de televisión por satélite<sup>251</sup>. Además cabe destacar el aumento de los dispositivos de recepción como el móvil o múltiples portales de Internet en los que encontrar una gran oferta de programación por parte de operadores privados.

Definitivamente, consideramos que el año 2006 supone el comienzo de una etapa desconocida para el Ente público de RTVE que en nada se parece al entramado en el que estaba inmersa cuando se elaboró y aprobó el Estatuto para la Radio y la Televisión pública en 1980.

Por otro lado, el fomento del proceso de participación ciudadana resulta, en estos años, un debate permanente. La TDT se ofrece como una ventana de oportunidad donde elaborar servicios interactivos e incluir a la sociedad española con el objetivo de ofrecer contenidos personalizados y promover la intervención y la contribución ciudadana. Una coyuntura en la que RTVE o mejor dicho, la Corporación de RTVE, a partir del 1 de enero de 2007, debe apoyar y trabajar para procurar adaptarse a la variación en el rumbo de la transformación tecnológica y de la Era Digital.

Por último, resulta conveniente exponer que el Plan de Saneamiento y Futuro y la ley 17/2006<sup>252</sup>, se plantearon con la intención de recoger las propuestas del Informe de Sabios y trabajar de forma complementaria las medidas adaptativas del operador televisivo público. El objeto fue adquirir la capacidad para hacer frente a la creciente demanda de la

---

<sup>251</sup> Caffarel, C. (2007). *op. cit.*, p. 159.

<sup>252</sup> Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. BOE núm.134, de 6 de junio de 2006. Jefatura del Estado, Boletín Oficial del Estado.

sociedad, además de cumplir firmemente con las obligaciones y las premisas de servicio público.

### 3.2.1. Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal

El siguiente bloque de la investigación tiene como propósito presentar el modelo de reforma y la regulación definitiva elaborada para el Ente público de radio y televisión en España. Con la finalidad de no desviar nuestro objeto de estudio se limitará el análisis a la vertiente correspondiente de la televisión y de forma específica a la definición de Servicio Público encomendado a la nueva Corporación de RTVE. Además, de exponer los puntos fundamentales que implicaron la aprobación de la ley y su repercusión en la nueva configuración del servicio público de televisión en España.

En la *exposición de motivos* de la Ley se expone que:

La actividad de los medios de comunicación de titularidad pública ha de regirse por un criterio de servicio público, lo que delimita su organización y financiación, los controles a los que quedan sujetos, así como los contenidos de sus emisiones y las garantías de derecho de acceso<sup>253</sup>.

Conviene subrayar que la elaboración de esta Ley se llevó a cabo con la intención de atender a las propuestas elaboradas por el “Consejo de Sabios” y de satisfacer la necesidad social en términos comunicativos. Dicho brevemente, la ley tenía como objeto subsanar y resolver la deficiente situación del Ente público de RTVE, expuesta de forma exhaustiva en el bloque anterior; y formular los objetivos y las acciones pertinentes para abordar las novedosas perspectivas de futuro que ofrecía el complicado panorama televisivo y tecnológico español.

La Ley 17/2006 fue aprobada el 5 de junio y denominada de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. El objeto de la ley fue el de garantizar a la radio y a la televisión de titularidad estatal de un régimen jurídico que garantizara su independencia,

---

<sup>253</sup> Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. BOE núm.134, de 6 de junio de 2006. Jefatura del Estado, Boletín Oficial del Estado, p. 4.



neutralidad y objetividad y que estableciera estructuras organizativas y un modelo de financiación que les permitiera cumplir con su tarea de servicio público con eficacia, calidad y reconocimiento público<sup>254</sup>. Debemos señalar que en 2006, el Ente público de Radiotelevisión Española se encontraba reglamentado por una legislación desfasada que no resultaba competente para el funcionamiento del sistema televisivo en ese periodo.

### **3.2.1.1. Los principios básicos de la nueva regulación**

La Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal estableció lo que serían los criterios fundamentales para la reestructuración del Ente público de RTVE incluyendo desde su gestión y su financiación, hasta sus funciones y cometido como servicio público.

En primer lugar, se conservó la titularidad pública de la radio y la televisión estatales y se afianzó su carácter como servicio público con el firme objetivo de la consecución de una rentabilidad social para las más amplias audiencias y con fines sociales, integradores y educativos claros. Además, se establecieron los pilares fundamentales para regir la programación y la producción de los contenidos.

En segundo lugar, la supervisión del cumplimiento y la ejecución de las funciones de servicio público se encomendó de forma íntegra a la Corporación de la Radio y la Televisión Española. El objeto del encargo fue una programación de calidad y el fomento de la producción española y europea, además, de trabajar y elaborar unos servicios conexos e interactivos eficientes y de calidad.

Conviene mencionar que los instrumentos esenciales para materializar las funciones de servicio público se concretaron en cuatro elementos principales primordiales. En primer lugar, un Mandato-marco en el que se fijan los objetivos generales de la Corporación de RTVE por las Cortes y que cuenta con una periodicidad de 9 años. Los propósitos elaborados por el Mandato-marco deben concretarse en el segundo instrumento, los Contratos-programa. La funcionalidad de esta herramienta es clarificar y

---

<sup>254</sup> Ley 17/2006, *op. cit.* p. 4.

diseñar las acciones concretas para materializar las obligaciones de servicio público con una frecuencia temporal de 3 años. En el sentido financiero, con el propósito de abordar una gestión transparente y poder concretar los costes netos para cumplir con los principios básicos, se determinó un sistema de contabilidad analítica para la Corporación de RTVE. Y, por último, con la intención de asegurar un control financiero firme se encomendó la regulación financiera a la Intervención General del Estado y al Tribunal de Cuentas.

A nivel de gestión, se produjo un cambio significativo en la historia de la televisión pública en España, se disolvió el Ente público de RTVE y entró en funcionamiento la Corporación de RTVE. Por consiguiente, la creación de la nueva Corporación generó dos sociedades mercantiles encargadas de cumplir con las funciones esenciales de servicio público: la Sociedad Mercantil de Televisión Española encargada de los servicios televisivos y sus respectivos servicios conexos e interactivos; y la Sociedad Mercantil Estatal de Radio Nacional de España encargada de los servicios de radio y sus correspondientes servicios conexos e interactivos.

La dirección de la estructura de gestión estaría liderada por el Director General del Ente y el Consejo de Administración. El Congreso sería el organismo encargado de los nombramientos del director general y del presidente del Consejo de Administración. El Consejo estaría constituido por 12 miembros, de los cuales 4 serían elegidos por el Senado y 8 por el Congreso<sup>255</sup>. La periodicidad de los mandatos del Consejo de Administración serían de 6 años con la excepción de la primera formación de la comisión.

En relación a una gestión y a un control autónomo, se formuló la creación de un órgano de control independiente y se construyó el Consejo Asesor y el Consejo de Informativos para garantizar la pluralidad y neutralidad de la información.

Por último y para finalizar con los principios básicos, se determinó un modelo de financiación mixto con la intención de nutrir económicamente a la Corporación RTVE esencialmente por dos vertientes: por un lado, los ingresos procedentes de los

---

<sup>255</sup> Dos de los miembros designados por el Congreso serán propuestos por las centrales sindicales de mayor relevancia en la labor activa del servicio público de radiotelevisión.

Presupuestos Generales del Estado y por otro, el capital generado por el mercado publicitario.

En definitiva, la nueva configuración de la Corporación establecida por la Ley 17/2006 trató de generar una estructura organizada con una financiación estable que evitara el endeudamiento. Además, se trabajó la articulación de un sistema de funcionamiento viable para cumplir con la prestación de servicio público confiadas a la Corporación de RTVE y a sus respectivas sociedades mercantiles.

### **3.2.1.2. El cometido de servicio público de la radio y televisión del Estado**

Resulta imprescindible para el entendimiento de sentido de servicio público que rescatemos de la Ley la definición que de ello se hace:

El servicio público de radio y televisión de titularidad del Estado es un servicio esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas que tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; impulsar la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos<sup>256</sup>.

Con la finalidad de cumplir con los objetivos detallados en el fragmento expuesto, la producción de contenidos se encontró contemplada para ser difundida por canales generalistas y temáticos ya sea en abierto o en codificado, a través de sus servicios interactivos y/o en un ámbito territorial tanto nacional como internacional. Además, el texto comenzó con la propuesta de “servicio público esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas”, un argumento dotado de gran valor para el análisis cultural de los siguientes bloques de la investigación.

---

<sup>256</sup> Ley 17/2006, *op. cit.* p. 6.

Cabe destacar, que la investigación y elaboración de vías de difusión aplicadas a nuevas tecnologías y el desarrollo de los servicios interactivos estarían enmarcados como claros objetivos para el cumplimiento de las funciones de servicio público en las prestaciones de la Sociedad de la Información. Resulta inevitable exponer que la Ley contempla que la Corporación de RTVE deberá como servicio público cumplir con las siguientes funciones<sup>257</sup>:

Promover el conocimiento y difusión de los principios constitucionales y los valores cívicos.

Garantizar la información objetiva, veraz y plural, que se deberá ajustar plenamente al criterio de independencia profesional y al pluralismo político, social e ideológico presente en nuestra sociedad, así como a la norma de distinguir y separar, de forma perceptible, la información de la opinión.

Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones.

Promover la participación democrática mediante el derecho de acceso.

Promover la cohesión territorial, la pluralidad y la diversidad lingüística y cultural de España.

Impulsar el intercambio de la información y el conocimiento mutuo entre los ciudadanos de los Estados miembros de la Unión Europea como espacio común de convivencia.

Editar y difundir canales radiofónicos y de televisión de cobertura internacional que coadyuven a la proyección hacia el exterior de las lenguas y culturas españolas y a la adecuada atención a los ciudadanos españoles residentes o desplazados en el extranjero.

Ofrecer acceso a los distintos géneros de programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público.

Promover la difusión y conocimiento de las producciones culturales españolas, particularmente las audiovisuales.

Apoyar la integración social de las minorías y atender a grupos sociales con necesidades específicas.

---

<sup>257</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, p. 7.

Fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.

Promover el conocimiento de las artes, la ciencia, la historia y la cultura.

Difundir el conocimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, así como desarrollar procedimientos que garanticen el derecho de réplica.

Fomentar la producción de contenidos audiovisuales europeos y en lenguas originarias españolas y promover la creación digital y multimedia, como contribución al desarrollo de las industrias culturales españolas y europeas.

Velar por la conservación de los archivos históricos audiovisuales.

Tener por objetivo atender a la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica y social, con el compromiso de ofrecer calidad, diversidad innovación y exigencia ética.

Promoción de los valores de la paz.

La promoción del conocimiento, la salvaguarda y el respeto de los valores ecológicos y de protección del medio ambiente.

Preservar el derecho de los menores.

Cabe destacar, como en los principios de producción y programación de la Ley se estableció una de las principales premisas que influyen en nuestro objeto de estudio: “la producción y la programación de la Corporación de RTVE deberá ajustarse al cumplimiento de sus funciones de servicio público”, es decir, que las funciones anteriormente mencionadas se convierten en las directrices de los contenidos emitidos por el servicio de televisión público español; o en otras palabras, los principios de programación quedan definidos en la redacción de las obligaciones de servicio público. Por consiguiente, la encomienda de servicio público se llevará a cabo si la programación de RTVE consigue alcanzar un cumplimiento satisfactorio de las obligaciones en relación a la objetividad informativa, la transmisión de la cultura y el conocimiento y un entretenimiento de calidad para todos los sectores de la audiencia. La propuesta de la Ley se convirtió en una tarea de especial complejidad para un organismo que había sufrido el deterioro de sus estructuras en las últimas dos décadas.

Con el objetivo de alcanzar los estándares de servicio público exigidos para la Corporación, se trataron dos aspectos de especial relevancia: el Contrato-programa y el derecho de acceso por parte de la sociedad española.

Respecto al primer punto, mencionado en apartados anteriores, el Contrato-programa debía establecer las acciones específicas para cumplir con los objetivos generales presentes en el Mandato-marco. Además, la programación de servicio público diseñada en este documento debía atender a aquellos sectores de la sociedad que requieran de una atención específica como son la infancia o la juventud y se evitaría cualquier forma de discriminación por causa de discapacidad.

En cuanto al segundo punto, el Consejo de Administración sería el encargado de fijar las directrices para llevar a cabo una programación basada en la pluralidad y un derecho de acceso aplicable de forma global mediante la participación de los grupos sociales y políticos más significativos y de forma directa mediante una estrategia programática con formatos de calidad en horarios predefinidos. Por último, la Corporación tendría el compromiso de garantizar cuantos medios técnicos y humanos fueran necesarios para llevar a cabo de forma eficiente la actividad del derecho de acceso a la ciudadanía española.

### **3.2.1.3. Los cambios normativos de mayor impacto**

Una vez presentadas las principales funciones de servicio público y con el objetivo de insistir en la relevancia de la Ley 17/2006 expondremos las propuestas esenciales para el sistema de gestión, la regulación económica y el control externo de la CRTVE.

Si bien, antes de entrar en detalle, debemos precisar, tal y como indica el artículo 5 de la Ley, que la Corporación de Radio y Televisión Española es una sociedad mercantil estatal con plena autonomía, que tendrá la forma de sociedad anónima y su capital social será de titularidad íntegramente estatal. Además, de gozar de autonomía en su gestión e independencia funcional respecto del Gobierno y de la Administración General del

Estado<sup>258</sup>. La constitución de la Corporación de RTVE supone la liquidación del Ente público de RTVE y con ello, la derogación de la Ley 4/1980, de 10 de enero, Estatuto de la Radio y la Televisión.

La estructura de gobierno y administración acordada para la Corporación de RTVE queda de la siguiente forma: con el objetivo de ejecutar una gestión eficaz de las dos sociedades mercantiles estatales, Televisión Española y Radio Nacional de España, se establecen cuatro figuras fundamentales: el Consejo de Administración, el Dirección General, un Consejo Asesor y los Consejos de informativos.

El Consejo de Administración ejercerá las funciones de dirección ejecutiva. El equipo estará compuesto por diez miembros elegidos por las Cortes Generales, seis de ellos por el Congreso y cuatro por el Senado. La elección de los consejeros deberá contar con la mayoría de dos tercios de la cámara correspondiente y existirá una presencia equilibrada de mujeres y hombres. El mandato del Consejo de Administración será de seis años, no prorrogable y se renovará por mitades cada tres años.

Cabe destacar, como los consejeros deberán presentar una experiencia profesional consolidada que reafirme sus capacidades para llevar a cabo las funciones establecidas para el puesto. Además, resulta necesario señalar que los consejeros no podrán tener una vinculación comercial o de interés con servicios audiovisuales o de prestación de cualquier proceso de producción, edición o difusión en relación a las actividades ejercidas por la Corporación de RTVE y sus filiales.

Por último, los miembros del Consejo de Administración deberán llevar a cabo sus funciones con plena autonomía e independencia de cualquier directriz o instrucción procedente del Gobierno o de la Administración General del Estado. Hay que mencionar que el Consejo de Administración deberá de cumplir las funciones establecidas por la Ley, entre las que destacan el cumplimiento de los objetivos generales fijados por la Corporación, así como el desempeño de los principios de programación y la buena administración y Gobierno de la Corporación de RTVE; cumplir los acuerdos y resoluciones de la autoridad audiovisual; fijar las directrices generales en materia de producción y la realización de sus actividades de producción, programación y

---

<sup>258</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, p. 7.

comercialización; aprobar el informe anual sobre la gestión de la Corporación de RTVE, así como, suscribir el Contrato-programa con el Gobierno para el cumplimiento de las funciones de servicio público; formular las cuentas anuales del ejercicio y aprobar el proyecto de los presupuestos anuales de explotación y capital de la Corporación de RTVE<sup>259</sup>.

En segundo lugar, el presidente de la Corporación será elegido por el Congreso de los Diputados entre los 10 miembros que conforman el Consejo de Administración con una mayoría de dos tercios de la cámara<sup>260</sup>. La figura del presidente ostentará la representación legal de la Corporación de RTVE y desempeñará la dirección ejecutiva bajo los criterios y objetivos generales que establezca el Consejo de Administración. Entre sus principales funciones se encuentran la ejecución de los acuerdos del Consejo; la formulación de las cuentas anuales de cada ejercicio económico; elaborar el anteproyecto de presupuesto de explotación; llevar a cabo las directrices generales de actuación de la Corporación de RTVE y llevar a cabo la jefatura superior del personal y de los servicios de la Corporación<sup>261</sup>.

En tercer lugar, como fórmula para una eficaz participación de la sociedad en el sistema televisivo estatal se configura el órgano del Consejo Asesor. Las principales competencias de este comité son el asesoramiento al Consejo de Administración en labores de programación, en criterios y normas del derecho de acceso e informar sobre las propuestas del Contrato-programa. El Consejo Asesor estará compuesto por doce miembros de muy distinta índole<sup>262</sup> que serán convocados al menos cada seis meses por el

---

<sup>259</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, pp. 11-12.

<sup>260</sup> El presidente de la Corporación de RTVE ejercerá sus funciones tanto como responsable general de la corporación como de presidente del Consejo de Administración. Además, el director general tendrá dedicación exclusiva y estará sujeto al régimen de incompatibilidades de los altos cargos de la Administración General del Estado.

<sup>261</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, pp. 12-13.

<sup>262</sup> La procedencia de los consejeros será del Consejo Económico y Social, Consejo de Consumidores y Usuarios, Ministerio de Asuntos Exteriores, Consejo de Juventud de España, Instituto de la Mujer, entidades representativas de las personas con discapacidad, Consejo General de la Emigración, Academia de las Artes y las Ciencias Televisivas, Academia de las Artes Cinematográficas, Consejo de Coordinación Universitaria en materia de Ciencias Sociales y Comunicación, entidades representativas de los anunciantes y de periodistas de ámbito estatal y por último, un consejero de común acuerdo por todos los sindicatos con implantación en la Corporación de RTVE.



Consejo de Administración y no exigirá dedicación exclusiva ni derecho a la remuneración.

Por último, y con la intención de velar por los intereses de pluralidad, independencia y veracidad de los contenidos informativos se constituye el Consejo de Informativos. Los objetivos principales de la existencia de este órgano son promover la independencia editorial de la Corporación así como velar por la autonomía de los profesionales que ejercen el derecho de la información ante la dirección de cada sociedad filial del servicio de radiodifusión de titularidad estatal<sup>263</sup>.

En relación al ordenamiento económico de la ley se consideran varias premisas relevantes para un funcionamiento financiero estable y viable para la Corporación de RTVE.

En primera lugar, la ley aborda la cuestión del endeudamiento y establece que la Corporación solo podrá recurrir al endeudamiento para la financiación de sus inversiones en inmovilizado y son los contratos-programa los responsables de fijar los límites de tal endeudamiento.

La partida económica por el cumplimiento de las funciones de servicio público procederá de los Presupuestos Generales del Estado de forma anual a condición de que no supere el coste neto de servicio público; en el caso de ser superado el remanente se destina al fondo de reserva. La cuantía que cubre el cumplimiento de las funciones servicio público de la Corporación se establecerá en el correspondiente Contrato-programa para que se encuentre reflejada en los Presupuestos Generales del Estado<sup>264</sup>.

Debemos destacar, las funciones asignadas al Contrato-programa en lo relativo al sistema financiero. Además de las tareas ya mencionadas el Contrato-programa deberá determinar los medios necesarios para llevar a cabo la prestación de servicio público; los resultados derivados de la ejecución del Contrato-programa y deberá incorporar las restricciones adicionales para la emisión de publicidad televisiva. La autoridad audiovisual

---

<sup>263</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, p. 14.

<sup>264</sup> G. Gómez, R., (Madrid, 2 de julio de 2005). El Estado asumirá los 7.560 millones de deuda acumulada por RTVE en 15 años. *EL PAÍS*. Recuperado de: [https://elpais.com/diario/2005/07/02/sociedad/1120255205\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/07/02/sociedad/1120255205_850215.html)

independiente contará con la competencia de elaborar un informe sobre el proyecto del Contrato-programa y elevarlo al Gobierno, al mismo tiempo, el Gobierno informará a las Cortes Generales previa aprobación del mismo.

En relación a los presupuestos, la Corporación y cada una de sus sociedades deberán elaborar los presupuestos de explotación y capital de forma detallada, así como informar del estado de sus cuentas y elaborar una memoria explicativa del contenido de sus apartados. La Intervención General de la Administración del Estado llevará a cabo la revisión del informe anual de gestión y del informe sobre el cumplimiento de las funciones de servicio público encomendadas a la Corporación de RTVE<sup>265</sup>. Con todo, la Corporación mantendrá un sistema de contabilidad analítica que permita esclarecer las cuentas de forma separada dependiendo del tipo de actividad que realicen las sociedades mercantiles de TVE y RNE.

Por último y para finalizar con la exposición de propuestas aprobadas por la ley 17/2006 se pretende indicar bajo qué organismos de control se encuentra la Corporación de RTVE. En primer lugar, el control parlamentario será desempeñado por las Cortes Generales a través de los informes elaborados por la Corporación sobre el cumplimiento de la encomienda de servicio público y de la realización de los objetivos encuadrados en el Contrato-programa y en el mandato-marco correspondiente. El Tribunal de Cuentas se encargará del control de la Corporación de RTVE en lo que en sus competencias se reflejen y, por último, una autoridad audiovisual autónoma y competente que supervise el funcionamiento del Ente televisivo así como los resultados y ejecución de su misión como servicio público y con la potestad de solicitar a la Corporación de cuanta documentación sea necesaria para llevar a cabo su cometido.

En definitiva, en un sentido estricto la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal comprende gran parte de las propuestas elaboradas por el Consejo de Sabios, sin embargo, hay algunas iniciativas presentes en el informe de la reforma no contempladas por la Ley. En particular, hay medidas como el número de miembros del Consejo de Administración que se amplía a diferencia de los 8 propuestos por el Informe; la elección del director general por el Consejo de Administración, tras concurso público

---

<sup>265</sup> Ley 17/2006, *op. cit.*, p. 17-18.

en lugar del Presidente de la Corporación por mayoría de dos tercios del Congreso y, por último, descartar la creación de dos nuevas sociedades que proponía el Consejo de Sabios, RTVE Comercialización y Publicidad y RTVE Digital y Multimedia<sup>266</sup>. Con todo, el modelo de reforma aprobado en el año 2006 supone el mayor punto de inflexión de la historia para la reconfiguración de la estructura pública televisiva. El trabajo realizado por el comité de expertos en el año 2004 supuso uno de los mayores esfuerzos de investigación, documentación y análisis realizado para la mejora de la programación televisiva pública.

### 3.2.2. Plan de Saneamiento y Futuro

En febrero de 2006, como respuesta a lo acordado en los Presupuestos Generales del Estado de ese mismo año<sup>267</sup>, RTVE presentó un “Plan de Saneamiento y Futuro” asumiendo la insostenibilidad del modelo de RTVE. De manera que, se elaboraron una serie de propuestas para la mejora del funcionamiento del servicio público y su viabilidad financiera, al mismo tiempo y en consonancia con la formulación de la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal.

El plan había sido definido por el Ente de RTVE y se originó por una coyuntura de insostenibilidad en el que resultaba de obligado cumplimiento hacer frente a un modelo financiero inviable compatible con los criterios comunitarios. El convenio se realizó con el objetivo de optimizar los costes mediante la racionalización de los mismos, maximizar la explotación económica, elaborar estimaciones para la agilización de los ingresos y la organización de los medios y recursos materiales y humanos<sup>268</sup>.

---

<sup>266</sup> Camacho, R. (2006). *op. cit.*, p. 34.

<sup>267</sup> En la Ley 30/2005, del 29 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2006, se aprobó el Presupuesto del Ente público Radiotelevisión Española en el que la subvención a favor de RTVE por parte del Estado quedaba supeditada a un convenio que el Ente RTVE debía de suscribir con el Estado.

<sup>268</sup> Marcos, C., (Madrid, el 28 de febrero de 2006). El Plan de Saneamiento de RTVE reduce el papel de los centros territoriales y elimina Ràdio 4. *EL MUNDO*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/elmundo/2006/02/27/comunicacion/1141049195.html>

Es necesario señalar que el Plan de Saneamiento y Futuro debía de fijar los objetivos concretos para mejorar la prestación de Servicio Público. Por consiguiente, se elaboraron diferentes prospectivas de futuro para cada área de gestión que resultara insostenible.

En primer lugar y estableciendo cifras, el endeudamiento de RTVE había alcanzado en 2005 la cuantía de 7.560 millones de euros y se preveía una agudización del importe provocada por las nuevas licencias de televisión en abierto y el aumento de canales en la Televisión Digital Terrestre. Por lo tanto, la reformulación del Estatuto de 1980 con la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal resultaba absolutamente indispensable.

En relación a la estructura programática se propuso el aumento de la oferta informativa e infantil<sup>269</sup> y un mantenimiento de los contenidos de carácter cultural con la finalidad de hacer frente a una programación que no optimizaba los ingresos a causa de una estructura de costes elevada y no justificada. La Primera Cadena se consolidó con un modelo más comercial con el objetivo de hacer frente a la programación de las cadenas privadas en cuestiones de entretenimiento e información. La Segunda Cadena se construiría en función a un perfil específico para el cumplimiento de la mayor parte de las funciones de Servicio Público.

Con el fin de hacer frente a un mecanismo burocrático y de gestión farragoso que suscitaba considerables disfunciones organizativas, RTVE y la SEPI negociaron con los representantes sindicales considerables reducciones en la plantilla del Ente público de Radiotelevisión. Resulta conveniente mostrar que en 2006 el Ente público contaba con 9.212 trabajadores de los cuales 7.988 eran personal fijo y se pretendía una reducción del 39% del total, con lo que se traducía en la terminación de contratos de 3.133 trabajadores. El plan objetivo sería mantener a 4.855 empleados divididos en TVE (3.220), en RNE (1.148) y en la Corporación (487). Finalmente, tras duras negociaciones

---

<sup>269</sup> Los espacios infantiles pretendían aumentar de un 4% a 12%, los espacios informativos de un 22% a un 27% y la oferta cultural pretendía mantenerse en un 37% del total de la programación emitida.

y el descontento manifiesto de los representantes sindicales y de los trabajadores<sup>270</sup> se aprobó la reforma con la siguiente articulación del personal del Ente público de Radiotelevisión: 5.170 empleados en total, divididos en 3.459 para TVE, 1.163 para RNE y 548 para la Corporación<sup>271</sup>. La reducción de plantilla se llevó a cabo mediante programas de jubilaciones anticipadas y extinciones indemnizadas destinadas a personal que decidiese renunciar a sus empleos.

En el nuevo plan, se consideró primordial intervenir en el área comercial que se consideró como clave para la estabilidad y la viabilidad de un sistema financiero que pudiese llevar a cabo un funcionamiento rentable y frenar el imparable endeudamiento de la Corporación. En relación a esta cuestión, se tomo en consideración el aumento de tres puntos porcentuales en la participación del mercado publicitario.

Por último, con la finalidad de mejorar los sistema de gestión, la Corporación de RTVE diseñó una estructura dividida en cuatro grandes bloques que engloban la totalidad de las actividades del servicio público: programación y contenidos, producción de informativos, comercial y medios.

En definitiva, el Plan de Saneamiento y Futuro se comprometía a salvaguardar el cumplimiento de las obligaciones de Servicio Público encomendados a la nueva Corporación de RTVE. Los mecanismos para su mejora se concretaron en una mejora efectiva de su gestión, una restructuración de la plantilla, un aumento de la oferta cultural e informativa, una articulación territorial de desconexiones viable y rentable y, por último, una estrategia comercial con una prudente supervisión en la participación del mercado publicitario.

---

<sup>270</sup> Se produjeron manifestaciones por parte de agrupaciones y trabajadores de RTVE, además de un huelga declarada por los sindicatos el 5 de abril de 2006.

<sup>271</sup> Camacho, R. (2006). *op. cit.*, p. 356.

### 3.3. La convivencia televisiva en un panorama audiovisual competitivo

En el año 2006, momento de aprobación de la reforma de la radio y la televisión de titularidad del Estado, el sistema audiovisual español se traduce en un entramado distintivo por la concentración de medios entre servicios públicos y privados. El mercado publicitario experimenta notables variaciones en la adquisición de espacios dependiendo de la cadena televisiva. Además, se debe tener en consideración una importante fragmentación de las audiencias a causa del aumento de los operadores televisivos que dificultan la estabilización en las tarifas publicitarias. Como resultado, el impulso por parte de Estado en lo referente a la situación de la Televisión Digital Terrestre provoca un sentimiento de crispación en relación a los operadores audiovisuales ya consolidados<sup>272</sup>.

En este sentido, la limitación de la publicidad resultó ser un asunto problemático e inquietante para las cadenas privadas que reivindicaron normativas para la reducción de la publicidad en los operadores públicos. Desde el año 2000, la participación en el mercado publicitario se había convertido en una demanda interrumpida por parte de los operadores privados y que tras la declaración del Gobierno, en el Consejo de Ministros del 25 de julio, de limitar la publicidad en los servicios televisivos públicos había aminorado la insistencia del resto de operadores.

Sin embargo, la Ley 17/2006 únicamente había recogido las exigencias en el apartado que hacía referencia al Contrato-programa donde mencionaba “el Contrato-programa deberá incorporar restricciones adicionales a las establecidas con carácter

---

<sup>272</sup> Por consiguiente, se debe recordar como había afectado el aumento de canales en el paisaje audiovisual global. Brevemente apuntar que, en primer lugar, en 2005 se conceden dos nuevos canales analógicos en abierto, Cuatro y LaSexta. La aprobación del Plan Técnico Nacional de la TDT supone la concesión de 20 canales digitales con el objetivo de impulsar la puesta en marcha de la TDT mediante 13 nuevos canales más los siete ya existentes (La1 y La2, Antena3, Telecinco, Cuatro, LaSexta, Net TV y Veo TV). Por último, resultó indispensable tener presentes las ofertas que se avecinaban a través del cable, el ADSL o las nuevas tendencias de consumo en dispositivos móviles.

general en la Ley 25/1994, de 12 de julio, para la emisión de publicidad televisiva”<sup>273</sup>. Estas acciones se llevaron a cabo a pesar de las recomendaciones por parte del Consejo de Sabios de reducir gradualmente la publicidad para no provocar una desestabilización en el mercado publicitario. Asimismo, el Informe añade que la propuesta concreta para las inserciones publicitarias de TVE explica lo siguiente:

El descenso de la tasa máxima, desde el actual 15-20 por 100, al 10 por 100 de la emisión diaria total, con el límite añadido de 9 minutos por cada hora natural de reloj, siempre bajo el cumplimiento escrupuloso de todas las normas de la UE sobre fórmulas de publicidad y modos parciales de su emisión<sup>274</sup>.

De manera que, el servicio de televisión estatal se convirtiese en impulsor de la regeneración del mercado publicitario, con una mejora en la calidad de sus espacios y en sus contraprestaciones económicas.

El consenso social entre los servicios televisivos y de telecomunicaciones en materia de publicidad y competencia se convirtió en el principal antecedente de la Ley aprobada en 2009 que efectuó una reestructuración en el modelo de financiación del medio público. Por añadidura, la nueva Ley tendría la misión de completar los principios del modelo de financiación adoptados en la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Por último, resulta conveniente destacar, que esta reforma legislativa supondría obligaciones adicionales de servicio público para la Corporación de RTVE. Por consiguiente, resulta de especial interés detener el estudio en la reforma financiera del modelo público televisivo.

Por otra parte, el nuevo contexto social y tecnológico exigió una adaptación normativa que regulara el entramado audiovisual español y que afectara, sin distinciones, tanto a los operadores públicos como privados. Del mismo modo, la nueva legislación debía tener como finalidad un modelo normativo que permitiese la convivencia armónica del mercado audiovisual español. Con el fin de atender a la demanda jurídica se preparó

---

<sup>273</sup> Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. BOE núm.134, de 6 de junio de 2006. Jefatura del Estado, Boletín Oficial del Estado.

<sup>274</sup> Madrid, febrero de 2005, *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado*. Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado, p. 162

la Ley General Audiovisual y de esta forma, se hacía frente a las renovadas tecnologías de la información y al nuevo horizonte digital.

A mediados de 2005, El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio había elaborado el borrador del anteproyecto de Ley para la reforma general del mercado audiovisual. Sin embargo, aún en mayo de 2006, no había recibido su aprobación por parte del Consejo de Ministros<sup>275</sup>. Definitivamente, la Ley será aprobada años más tarde, exactamente el 31 de marzo de 2010 e implicará la derogación de las anteriores leyes generales audiovisuales<sup>276</sup>. En definitiva, el marco legal de la televisión a partir del año 2010 se configuró alrededor de tres normas: la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, la Ley 8/2009 de financiación de la Radio y Televisión Española y, por último, de la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual.

### **3.3.1. 2009. Reforma del modelo financiero de la CRTVE para el mantenimiento de la prestación del servicio público**

El 28 de agosto de 2009 se aprobó la Ley 8/2009 de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española que completaba la normativa jurídica de 2006 para la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. La nueva regulación implicó un cambio de modelo financiero para la Corporación RTVE que supuso la renuncia de los ingresos procedentes del mercado publicitario. De esta modo, el modelo mixto de financiación se convertía en un modelo único basado en ingresos públicos.

El objetivo principal de la ley fue asegurar la estabilidad de los ingresos de la Corporación RTVE para realizar la prestación de servicio público encomendada con el menor riesgo posible y no terminar acumulando una deuda insostenible. Adicionalmente,

---

<sup>275</sup> Camacho, R. (2006). *op. cit.*, p. 379.

<sup>276</sup> La Ley General Audiovisual implicó la derogación de la Ley del Tercer Canal de Televisión de 1983, la Ley de la Televisión Privada de 1988, las restantes normativas vigentes del Estatuto de 1980 de la Radio y la Televisión, la Ley de ordenación de las telecomunicaciones de 1987 y, por último, las leyes de la Televisión Local por Ondas Terrestres y de Telecomunicaciones por Satélite de 1995.



en el preámbulo de la ley se indica que la independencia respecto a las presiones ejercidas por el mercado publicitario sería un beneficio esencial para el servicio de televisión público estatal dado que los contenidos de RTVE no deberían estar expuestos a los intereses comerciales de los grandes anunciantes.

Por todo ello, cabe mencionar que la Corporación de RTVE renuncia además a ofrecer contenidos de pago o de acceso condicionado. El objetivo de esta decisión es el cumplimiento del derecho de acceso a la mayor parte de la ciudadanía que se basa en los principios de universalidad y gratuidad para la prestación del servicio público.

En definitiva, la ley pretende normalizar un modelo de televisión que permita la coexistencia de los operadores públicos y privados en un mercado televisivo complejo y en competencia. No obstante, los principales beneficiarios de que RTVE renuncie a sus ingresos publicitarios y prescinda de los contenidos de pago son los operadores privados de televisión y telecomunicaciones. De esta manera, la decisión de la normativa genera el establecimiento de una compensación económica por parte de los agentes televisivos privados y servicios de telecomunicaciones a favor de RTVE. En particular, y teniendo en cuenta el distinto impacto económico que la supresión de la publicidad tiene en los distintos agentes televisivos, se determina un porcentaje sobre los ingresos de los operadores del 3% para los de televisión comercial en abierto, del 1,5% para los operadores de televisión de pago y del 0,9% para los de telecomunicaciones<sup>277</sup>. Asimismo, al igual que ocurre en países de nuestro entorno, la ley establece una aportación económica por el uso del espacio radioeléctrico a los operadores comerciales, de pago y telecomunicaciones con el fin de aumentar los ingresos del servicio de televisión público estatal.

Con el objetivo único de evitar el endeudamiento de RTVE se crea un fondo de reserva con el cual la Corporación podría hacer frente a situaciones sobrevenidas. Las aportaciones de capital serían destinadas a dicho fondo cuando las aportaciones procedentes de los Presupuestos Generales del Estado superen el coste neto de RTVE en

---

<sup>277</sup> Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. BOE núm. 210, de 31 de agosto de 2009. Jefatura del Estado, Boletín Oficial del Estado. Sec. I, p. 74004.

la prestación del servicio público<sup>278</sup>. En el caso de no ser utilizado en cuatro años se procedería a la reducción de la aportación económica de parte del Estado.

Del mismo modo, con el fin de exigir a RTVE el cumplimiento de servicio público encomendado y en contraprestación a su estabilización presupuestaria, se determinan obligaciones adicionales a las presentadas en la ley de 2006 para la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal y para el resto de operadores del mercado televisivo.

### **3.3.1.1. Obligaciones adicionales de Servicio Público para la Corporación de RTVE**

Con el objetivo de una prestación de servicio público lograda y acertada por parte de RTVE, en la nueva normativa se añaden especificaciones en cuanto a los comportamientos de la programación y de los contenidos de la Corporación. Asimismo, el propósito es concretar determinadas conductas presupuestarias y de gestión. De forma que se exponen las siguientes obligaciones adicionales a las ya existentes<sup>279</sup>:

La emisión de doce horas semanales por sus distintos canales de difusión para el acceso y la participación de grupos políticos, sindicales y sociales.

Informar acerca de los debates parlamentarios de las Cortes Generales y programar emisiones en directo de los que resulten de mayor interés.

Respecto al canal infantil, se establecen limitaciones mínimas de contenidos orientados a públicos de entre 4 y 12 años del 30% entre las 17:00 y las 21:00 en días laborales y entre las 09:00 y las 21:00 en festivos y fines de semana. Además, cabe añadir la obligación de cumplir con el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Por último, deberán facilitar la disposición de la opción de control parental. El organismo responsable del control y la regulación de estas disposiciones será el Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales.

---

<sup>278</sup> Rtve.es (1 de octubre de 2009). RTVE aprueba el Modelo de Transición que dará paso a una televisión sin publicidad. *RTVE*. Recuperado de: <http://www.rtve.es/rtve/20091001/rtve-aprueba-modelo-transicion-dara-paso-televisión-sin-publicidad/294714.shtml>

<sup>279</sup> Ley 8/2009, Sec. I, *op. cit.*, pp. 74010-74011.

Se establecerá la obligación del proceso de subtitulado del 90% de la programación con el límite temporal en enero de 2013. Además de, incluir diez horas en lenguaje de signos y diez más de audiodescritas.

En cuanto a contenidos, el 60% de los productos audiovisuales en franja de máxima audiencia deberán proceder de la industria europea.

El aumento en un 20% de la inversión para la financiación de la producción europea.

Obligación de diversificar la cuota de contrataciones externas, de manera que, no se pueda contratar más de un 30% a un mismo proveedor.

En cuanto a los eventos deportivos y excluyendo los Juegos Olímpicos, no se podrá dedicar más de un 10% del presupuesto anual destinados a la emisión de eventos deportivos.

Promover la cultura, el arte, la divulgación científica y tecnológica y la innovación y actividad emprendedora.

Asegurar emisiones internacionales de carácter informativos y cultural beneficioso respecto a los intereses políticos y económicos del país.

Se permite a la Corporación de RTVE el convenio con otros operadores públicos de radio, televisión o agencias de noticias.

Se prohíbe la emisión de más de 52 películas al año procedentes de las grandes empresas productoras internacionales.

Pretender y asegurar la mayor cobertura geográfica, social y cultural e impulsar la diversidad cultural y lingüística mediante un canal de producción artística y cultural.

Propiciar el derecho de acceso de todos los géneros y formatos con el foco en todos los segmentos de la audiencia.

Las nuevas obligaciones adicionales de servicio público para la Corporación de RTVE establecieron importantes exigencias de emisión y programación. Las limitaciones en cuestiones cinematográficas y en derechos deportivos y las inversiones en producción europea favorecían a los operadores televisivos privados respecto a las competencias comerciales consolidadas en el mercado audiovisual.

En definitiva, el modelo de reducción publicitaria fomentado por el Informe para la Reforma elaborado por el Consejo de Expertos se transformó de forma drástica, con la

aprobación de la normativa, en un servicio de televisión público vulnerable y dependiente de los ingresos anuales del comercio televisivo privado.

En relación al objeto de estudio que nos concierne, las nuevas exigencias de servicio público señalaron la necesidad de un mayor número de contenidos culturales. La Ley reflejó sus intereses formativos en disposiciones como “promover la cultura, el arte, la divulgación científica y tecnológica y la innovación y actividad emprendedora” o “pretender y asegurar la mayor cobertura geográfica, social y cultural e impulsar la diversidad cultural y lingüística mediante un canal de producción artística y cultural”. Sin embargo, estas exigencias quedan expuestas de un modo general y no concreto, frente a la precisión, por ejemplo, con la que se establecen los porcentajes de emisión infantil. Por consiguiente, la reducción de la financiación por un modelo económico mixto sin participación publicitaria incluía un mayor número de obligaciones para la CRTVE. No obstante, antes de exponer la configuración final del ente televisivo público cabe destacar la última Ley que configura el marco normativo de RTVE.

### **3.3.2. 2010. Un intento para la convivencia estable del sector audiovisual público y privado**

Zallo considera que durante el mandato del partido socialista (2004-2011) se llevaron a cabo dos políticas comunicativas de muy distinta naturaleza. En una primera etapa, se apostó por una firme inversión en el modelo de servicio público como un auténtico impulsor en las actuaciones y valores del medio televisivo. En la segunda parte del mandato, a partir de 2008, las medidas adoptadas por parte del Gobierno ponían de manifiesto la debilidad ante las presiones ejercidas por los grandes grupos privados del sector audiovisual en España<sup>280</sup>.

El modelo de financiación mixto, propuesto por el Consejo de Sabios y aprobado en la normativa 17/2006 había tenido un resultado muy satisfactorio hasta el año 2009. La transformación en el sistema de financiación de la Corporación de RTVE con la

---

<sup>280</sup> Zallo, R. (2010). La política de comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal. *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 65, p. 22.

supresión de la publicidad deja expuesto un modelo aparentemente viable y efectivo resultado de una compleja reforma liderada por el gobierno socialista. De forma evidente, la reforma de la ley reflejó un beneficio para todos los involucrados; no obstante, la televisión pública española inclinó sus políticas hacia restricciones cada vez mayores en sus comportamientos programáticos.

Resulta una tarea perentoria poner en relieve los cambios normativos que afectaron al sector audiovisual español en una coyuntura en el que la coexistencia pacífica entre operadores se convertía en un trabajo cada vez más arduo. En este contexto, el principal protagonista fue el Derecho Audiovisual como responsable máximo del ordenamiento jurídico que se ocupa de regular las condiciones para la prestación de los servicios de comunicación audiovisual<sup>281</sup>.

Por consiguiente, en el año 2010 se consideró conveniente como fecha límite para derogar la obsoleta normativa anterior y modernizar el ordenamiento jurídico con la finalidad de garantizar la seguridad y la estabilidad al sector público y privado. En definitiva, la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual se convirtió en el eje central para la prestación de servicios de comunicación audiovisual radiofónicos y televisivos, pero también, servicios conexos e interactivos.

La pretensión de la creación de la citada ley, en adelante LGCA, fue generar un “marco jurídico básico lo suficientemente flexible para adaptarse al dinamismo que por definición tiene este sector ante la vertiginosa y continua evolución tecnológica”<sup>282</sup>. En definitiva, los distintos servicios que podían generar materiales comunicativos debían de estar amparados y legislados de manera conveniente.

---

<sup>281</sup> Rodríguez Bajón, S. (2019). *Manual de Derecho de la Comunicación Audiovisual*. Navarra: Editorial Thomson Reuters Aranzadi, p. 13.

<sup>282</sup> Rodríguez Bajón, S. (2019). *op. cit.*, p. 14.

### 3.3.2.1. Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual

La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual es aprobada en una coyuntura del sector audiovisual de gran complejidad tanto para el organismo público televisivo como para los operadores privados. De forma anticipada cabe destacar, que la aprobación de la ley concitó numerosas críticas, la gran parte provenientes de la esfera académica, en relación a los beneficios que la normativa parecía facilitar a los operadores de televisión privada y a los administradores de telecomunicaciones<sup>283</sup>.

Por consiguiente, la segunda legislatura socialista fue responsabilizada de un cambio de política en la mejora de la información, la cultura, la formación y el entretenimiento de la televisión pública. En otras palabras, la actuación del gobierno resultó contradictoria con respecto al impulso que el mismo gobierno socialista había iniciado desde 2004 en beneficio de las funciones de servicio público de la Corporación RTVE y, en general, para el servicio de televisión pública en España. Las medidas llevadas a cabo tanto en 2009 como en 2010 suscitaron un claro desconcierto frente a las actuaciones que conformaban el texto de la Ley de 2006 para la Reforma de los Medios de Titularidad Estatal.

Acorde con el texto de la Ley General de la Comunicación Audiovisual se llevaron a cabo acciones que incrementaron las obligaciones para los organismos públicos televisivos. En primer lugar, tuvieron lugar restricciones presupuestarias en el uso exclusivo del dinero público para funciones expresamente que concernieran a la programación de servicio público. En segundo lugar, se determinó la modalidad de una contabilidad analítica para llevar a buen fin una gestión financiera clara y transparente. En la nueva normativa, se especificó un porcentaje mayor destinado a la producción cinematográfica por parte de los organismos públicos. Por último, la ley exigía un férreo control de las actuaciones televisivas por parte de las Cortes Generales, las autoridades

---

<sup>283</sup> Azurmendi, A., Vidales, N. L. y Mayoral, J. L. M. (2014). La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual). *Derecom*, n.º 18, p. 4.

audiovisuales independientes y mediante los instrumentos de garantía establecidos en la normativa de 2006, el Mandato-marco y el Contrato-programa.

Uno de los cometidos más relevantes de la ley fue la modificación en la denominación de los operadores televisivos privados. En la legislación del año 2006 los servicios comerciales recibían la categoría de operadores para la gestión indirecta del servicio público esencial. Es por esto que, con la nueva normativa se precisó una nueva descripción como servicio de interés general para los operadores de carácter comercial. En consecuencia, la permuta en la definición de su servicio exoneraba a las cadenas privadas de obligaciones de servicio público y, por lo tanto, solo las emisoras televisivas estatales<sup>284</sup> de alcance general tenían la responsabilidad de cumplir las funciones de servicio público establecidas en la ley de 2006 e incrementadas con la ley de 2009.

Otra medida determinante en el nuevo ordenamiento jurídico consistió en la remodelación de la denominación de los servicios de comunicación audiovisual. De tal forma que se concretaron como:

Aquellos servicios cuya finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales<sup>285</sup>.

A partir de la elaboración de la anterior definición se configuró una categorización de los servicios de comunicación audiovisual, de manera que, se pudiesen diferenciar con facilidad. En un primer escalón, los operadores se desglosan conforme a su recepción en servicios de comunicación audiovisual televisiva y radiofónica. A partir de esta categorización, los contenidos pueden ser a petición, en el caso de materiales a la carta, o servicios simultáneos, cuando no existe la posibilidad de seleccionar el programa deseado en cualquier momento. Por último, dependiendo del grado de accesibilidad pueden denominarse como servicios en abierto, en el que el acceso de la señal es libre; de acceso

---

<sup>284</sup> Cabe destacar, que en la formulación de operadores de titularidad estatal se contemplan aquellas señales licenciadas por el Estado o que su cobertura supera el territorio de una comunidad autónoma, igualmente, se incluyen los servicios de cobertura local y autonómica.

<sup>285</sup> Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Art. 2, p. 9.

codificado, cuando la recepción debe ser autorizada por el prestador del servicio; o servicios de pago si la recepción del servicio requiere de un pago previo<sup>286</sup>.

Con la intención de finalizar con los puntos esenciales de la LGCA se exponen las autoridades administrativas competentes de ámbito estatal del sector audiovisual. Con respecto a la principal autoridad competente se subraya la existencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (desarrollado en el punto 4.4.) como encargada de la supervisión y control de contenidos, velar por los derechos del menor, la cuestión de las licencias y el cumplimiento de las funciones de servicio público entre otras. En segundo lugar, el Ministerio de Economía y Empresa ejerce sus funciones de control a través de la Secretaría de Estado para el Avance Digital. En tercer lugar, la Corporación de Radio y Televisión Española como organismo de titularidad estatal cuya encomienda ha sido el desarrollo y cumplimiento de las obligaciones de servicio público de carácter televisivo y radiofónico. Por último, a nivel autonómico caben destacar las autoridades independientes en materia audiovisual de las Comunidades Autónomas como son el Consejo Audiovisual de Cataluña o el Consejo Audiovisual de Andalucía.

En definitiva, la Ley 7/2010 trató de establecer nuevas definiciones y variantes para diferenciar las competencias entre unos operadores y otros. De manera que, se delimitaron las funciones y el carácter programático de los distintos organismos de carácter estatal y privado. Sin embargo, el principal beneficio se inclinó hacia los operadores privados que allanaron el camino en la línea del beneficio económico y en la creación de contenidos y programaciones comerciales.

Por último, resulta conveniente mencionar como las actuaciones llevadas a cabo por el gobierno socialista en su segunda legislatura determinaron la dirección de las estrategias programáticas de la siguiente década. Como resultado, las leyes de 2009 y de 2010 actuaron como una rémora para el cumplimiento de los objetivos de servicio público y, por consiguiente, de la creación y configuración de los contenidos de corte cultural y formativo.

---

<sup>286</sup> Rodríguez Bajón, S. (2019). *op. cit.*, p. 17.



### 3.3.3. 2012. Modificación del régimen de administración de CRTVE

En el año 2012 es aprobado el Real Decreto Ley 15/2012 con el que se lleva a cabo una modificación del régimen de administración de la Corporación RTVE a manos del Partido Popular. El fundamento de la reforma viene expuesto en el texto del BOE como:

La situación en la que se encuentra la Corporación RTVE exige acometer sin demora no solo las medidas que supongan un ahorro de costes para la entidad, como la reducción del número de miembros del consejo y su régimen retributivo, sino también aquellas que permitan la rápida formación del órgano encargado de la gestión y de adoptar las medidas que demanda su situación financiera (...) la actual situación de parálisis en el funcionamiento de la corporación RTVE que tiene lugar desde el mes de julio de 2011 unida a la necesidad inaplazable de adoptar determinadas decisiones fundamentales para la Corporación, como son la aprobación de sus cuentas, determinan que se lleve a cabo una reforma de la Ley 17/2006 mediante el presente Decreto Ley<sup>287</sup>.

Con motivo de la nueva normativa, se producen variaciones en el modelo de dirección del organismo público televisivo. En primer lugar, se reduce a nueve miembros el Consejo de Administración, de manera que, serán elegidos por las Cortes Generales, a razón de cinco por el Congreso de los Diputados y cuatro por el Senado. Cabe señalar que se produce la sustitución de los miembros designados por los sindicatos. Asimismo, mediante el Real Decreto se flexibiliza el sistema de mayoría reforzada para su nombramiento. La normativa lleva a cabo la supresión de las remuneraciones de los consejeros y mantiene la retribución del presidente de la Corporación.

El motivo de la reforma del régimen de administración de la CRTVE se respaldó en un sentido de simplificación en la formación de los órganos de Gobierno que conforman las competencias de la dirección y gestión del Ente televisivo público para garantizar un correcto y expeditivo funcionamiento de la Corporación. La redacción del BOE presenta el siguiente argumento:

---

<sup>287</sup> Real Decreto-ley 15/2012, de 20 de abril, de modificación del régimen de administración de la Corporación de RTVE, previsto en la Ley 17/2006, de 5 de junio. Boletín Oficial del Estado. Sec. I, p. 30988.

La designación de los miembros del Consejo de Administración y del Presidente de la Corporación RTVE que regula la Ley 17/2006, basada en un sistema de mayorías reforzadas en las Cortes Generales, ha demostrado ser ineficaz puesto que no permite renovar el Consejo de Administración con la agilidad necesaria para evitar que se paralice el funcionamiento de la Corporación<sup>288</sup>.

Con todo, la flexibilización en los nombramientos anteriormente descritos provocó numerosas protestas por parte de los sindicatos, trabajadores, también de los Consejos de Informativos y de la oposición política. Durante los meses posteriores se llevaron a cabo una serie de sucesiones a gran velocidad de los puestos con responsabilidad en las distintas áreas de los contenidos de la Corporación<sup>289</sup>. Se produjeron múltiples denuncias por la falta de independencia política en las decisiones programáticas, una carencia de pluralidad en los servicios informativos y un descontento generalizado en los trabajadores del Ente televisivo.

En la última parte del trabajo donde se realiza un estudio pormenorizado de los distintos comportamientos programáticos de las cadenas generalistas de la Corporación podemos intuir la inestabilidad del Ente a partir de los cambios legislativos expuestos en este apartado. A finales del año 2016, el régimen financiero descrito en la Ley de 2009 se mantenía supeditado a las voluntades presupuestarias procedentes del Gobierno. Por otro lado, las tasas impuestas a los operadores privados y de telecomunicaciones elaboraron complicadas combinaciones y maniobras con el propósito de reducir o liberarse de porcentaje de tasas. Hay que mencionar además, que los cambios legislativos en lo referente a la reducción del Consejo de Administración y la pérdida de independencia procedente de la esfera política supusieron numerosas denuncias por parte de los trabajadores en relación con las tácticas de los medios y altos cargos que ocuparon sus puestos en la Corporación RTVE.

---

<sup>288</sup> Real Decreto-ley 15/2012, *op. cit.*, p. 30986.

<sup>289</sup> Humanes, M. L. y Fernández Alonso, I. (2015). Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 70, p. 277.

#### 4. CUARTO BLOQUE:

### CONFIGURACIÓN DE LA CORPORACIÓN RTVE



Porque la independencia democrática, la independencia ciudadana, la independencia pública, nos obliga a depender de esos ideales de la democracia que, como la justicia, la educación, la dignidad, el respeto, la solidaridad, la verdad, la lucha contra la miseria, la tensión hacia la igualdad, no son proyectos utópicos sino horizontes sin los cuales apenas tiene sentido la vida humana.

Es difícil la consolidación, la realización de este paisaje idea que hoy más que nunca está necesitado de nuestro esfuerzo y nuestro entusiasmo. El día en que el juego político asuma esos ideales, y sepa crear las instituciones y los instrumentos que los convierten en posibles y, por lo tanto, en realizables, empezaremos a creer en el ya viejo tópico de los derechos humanos, de los derechos humanos de los ojos que tienen que mirar el mundo recortado en el escueto espacio de una pantalla <sup>290</sup>.

Emilio Lledó

---

<sup>290</sup> Lledó, E. "Prólogo". En Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y de la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa, p. 14.



La pretensión del siguiente bloque de la investigación se fundamenta en una exposición de las disposiciones de la CRTVE con el objetivo de formular una postura respecto a su funcionamiento y control. El planteamiento del siguiente escenario se dispone en base a las obligaciones de servicio público del Ente televisivo. Asimismo, se realiza una descripción en relación a las directrices programáticas elaboradas para lograr la encomienda que el Estado ha encargado a RTVE.

Resulta primordial conocer con detenimiento las obligaciones de servicio público esencial, su organización y los objetivos vigentes de la televisión estatal española. Del mismo modo, cabe precisar en qué estado se encuentran las dos cadenas que conforman la oferta televisiva generalista, la oferta temática y la oferta informativa internacional y cómo ha resultado el fin de la financiación mixta del Ente televisivo.

En el siguiente apartado se tratará de abordar el impacto y las principales premisas de la Ley General de Comunicación Audiovisual cuyas líneas maestras tutelan el funcionamiento de la industria televisiva en nuestro país. De forma inevitable, el marco jurídico y funcional de los organismos televisivos privados mantiene un criterio de actuación para el resto de medios de comunicación de naturaleza televisiva.

Por consiguiente, la elaboración de una foto fija del funcionamiento legal y organizativo de la Corporación de Radio y Televisión Española resulta un estudio elemental para proseguir con el análisis del grado de cumplimiento de las obligaciones a nivel programático. Con el propósito de acercarnos hacia un objeto de estudio más específico, el análisis se centra en la articulación de Televisión Española y sus respectivos canales interactivos y conexos.

Adicionalmente, con el objeto de abordar en el siguiente bloque el análisis de los contenidos culturales de CRTVE resulta conveniente explorar y detener el estudio en los principios básicos actuales de la programación de RTVE.

Por otra parte, cabe examinar los instrumentos que garantizan el cumplimiento de los trabajos y actividades de servicio público establecidos por la normativa legislativa. De tal manera que, la investigación comprende el análisis del mandato-marco y en el Contrato-programa.

Con el objetivo de concluir el apartado se realiza una exposición del nacimiento y mantenimiento de los mecanismos de control del cumplimiento programático. En este caso se trata de la autoridad audiovisual autónoma y reguladora española, la intervención de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.



## 4.1. La CRTVE: actual organización y funcionamiento del Ente televisivo público español

El marco jurídico y organizativo de la televisión estatal se encuentra delimitado, en primera instancia, por la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, legislación que abarca el ámbito de las televisiones dependientes de las administraciones públicas y el mercado de la televisión privada. Y en segunda instancia, por la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal elaborada a partir de las propuestas formuladas por el *Comité de Sabios* planteado por el Real Decreto 74/2004. Por último, cabe destacar, la reforma del sistema de financiación realizada durante el año 2009 que modificó de una manera drástica el modelo de funcionamiento del organismo televisivo.

Por este motivo, en los capítulos anteriores hemos realizado un análisis pormenorizado de las principales aportaciones de las tres normas con el propósito de establecer un marco que nos proporcione la información necesaria para alcanzar nuestros objetivos concretos de investigación.

Todas estas observaciones se relacionan a su vez con el conflicto que genera la coexistencia entre los servicios de interés general privados y el servicio público de comunicación audiovisual. De manera que, con el propósito de evitar conflictos en la competencia del mercado audiovisual se delimitan de forma rigurosa las obligaciones de los servicios audiovisuales de naturaleza pública, a pesar de tener permitidas licencias de carácter comercial.

### 4.1.1. Objetivos principales

La Corporación RTVE define de forma clara cuáles son sus cometidos en relación a la misión, visión y valores como empresa estatal televisiva.

En primer lugar, en lo referente a la misión RTVE:

Responde al carácter de empresa de servicio público, por lo que debe ofrecer una información rigurosa, independiente y plural, así como un entretenimiento de calidad; fomentar el debate, la innovación y la creación; y apoyar la difusión de las artes, la ciencia y la cultura<sup>291</sup>.

Asimismo, las anteriores afirmaciones se deben realizar con el firme propósito de potenciar la participación ciudadana y lograr un espíritu común de armonía y e implicación por parte de la sociedad española.

Respecto a la visión del Ente público, RTVE mantiene el firme objetivo de alcanzar la posición y mantenerse como el medio televisivo de referencia para los espectadores españoles. La intención del organismo es ejecutar a nivel territorial un acercamiento de los distintos acontecimientos para la audiencia más amplia. Además, de difundir los valores redactados en la Constitución y conciliar la identificación cultural de los distintos territorios mediante contenidos elaborados y de calidad.

En último lugar, la Corporación RTVE fomenta los valores señalados por las respectivas legislaciones de los medios de comunicación. Especialmente, la libertad, la igualdad, el pluralismo y la tolerancia como cimientos sobre los que se construye la convivencia democrática<sup>292</sup>.

Por consiguiente, una vez expuestos de forma sintética los objetivos principales de RTVE se debe proceder a una explicación de mayor especificidad sobre la función de servicio público que actualmente desarrolla el organismo público televisivo.

#### 4.1.2. Funciones de Servicio Público

La Ley General de la Comunicación Audiovisual aprobada en el año 2010 entiende el servicio público de comunicación audiovisual como un servicio esencial de interés económico general que tiene como misión principal los siguientes objetivos clave:

Difundir contenidos que fomenten los principios y valores constitucionales; contribuir a la formación de una opinión pública plural; dar a

---

<sup>291</sup> Memoria 2016 RTVE, sobre el cumplimiento de la función de servicio público y la responsabilidad social corporativa. Misión, visión y valores. p. 6.

<sup>292</sup> Memoria 2016 RTVE. *op. cit.*, p. 7.

conocer la diversidad cultural y lingüística de España; difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual y atender a aquellos ciudadanos y grupos sociales que no son destinatarios de la programación mayoritaria<sup>293</sup>.

A partir de la anterior definición, se puede esclarecer la importancia del interés cultural que la encomienda de servicio público debe cumplir mediante las obligaciones programáticas del organismo televisivo público.

Con todo, el documento que recopila las funciones de servicio público de forma pormenorizada es la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Todas estas observaciones se relacionan directamente con las directrices que el servicio público de la televisión estatal española debe cumplir y proyectar en los contenidos y programaciones como responsabilidad fundamental en la búsqueda de la rentabilidad social ciudadana. El estudio y descripción de las obligaciones de servicio público resulta fundamental para sostener la insuficiencia de los valores sociales vigentes en el actual panorama televisivo español y defender la labor que presta el servicio de televisión estatal.

Las funciones como servicio público esencial según la Ley 17/2006 para el servicio de televisión de titularidad del Estado han sido descritas en el tercer apartado de la presente investigación en el bloque de la reforma (véase el punto 3.2.1.2. *El cometido de Servicio Público de la radio y televisión del Estado*). Asimismo, resulta conveniente recordar que mediante la reforma del modelo de financiación de RTVE se dispusieron funciones adicionales de servicio público (véase el apartado 3.3.1.1. *Obligaciones adicionales de servicio público para la Corporación de RTVE*). Por consiguiente, las funciones encomendadas al ente televisivo mantienen su vigencia desde su redacción en el año 2006 y su posterior complemento mediante la Ley 8/2009 de financiación de la Corporación de la Radio y la Televisión Española.

Las obligaciones de servicio público garantizan los estándares de calidad en las funciones de información, formación, entretenimiento y cultura. No obstante, son una encomienda muy complicada de atender a causa de la multiplicidad de directrices que debe cumplir el organismo televisivo y por la propia generalidad y falta de concreción con

---

<sup>293</sup> Rodríguez Bajón, S. (2019). *Manual de Derecho de la Comunicación Audiovisual*. Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi, p. 40.

la que se expone esta misión. De forma adicional, el sistema de financiación no resulta solvente si se mantienen las altas inversiones económicas indispensables para hacer frente a los contenidos de mayor audiencia por parte del resto de operadores comerciales. Por consiguiente, resultan numerosos los factores que influyen en la implementación de todas las funciones redactadas para el cumplimiento de servicio público televisivo español. Consecuentemente, la exposición de la estructura y organización y la descripción del sistema de financiación del organismo televisivo resulta indispensable para abordar el último apartado del presente trabajo de estudio.

### **4.1.3. Estructura y organización**

La estructura administrativa y de gobierno de la Corporación RTVE se configura en torno a una eje central formado por un Consejo de Administración. La dirección ejecutiva es desarrollada por el presidente del Ente televisivo. El Consejo de Administración está formado actualmente por diez miembros<sup>294</sup> que deben cumplir con requisitos específicos de cualificación y experiencia, uno de ellos es el presidente de la Corporación. El mandato es de 6 años no renovable y se sostiene una paridad entre mujeres y hombres. La elección de los miembros del Consejo de Administración es realizado por las Cortes Generales de manera que seis consejeros son elegidos por el Congreso y los cuatro restantes por el Senado. En el caso de los miembros del Consejo de Administración se considera inadmisibile que cualquiera de los componentes mantenga una relación directa o indirecta con servicios empresariales propios o complementarios del sector audiovisual<sup>295</sup>.

Con el propósito de alcanzar el cumplimiento de las funciones de servicio público existen, además, un Consejo Asesor y un Consejo de Informativos para garantizar los

---

<sup>294</sup> A través de la Ley 5/2007, de 29 de septiembre, por la que se modifica la Ley 17/2006, de 5 de junio de la radio y la televisión de titularidad estatal, para recuperar la independencia de la Corporación RTVE y el pluralismo en la elección parlamentaria de sus órganos.

<sup>295</sup> En esta restricción se incluyen empresas de cine, agencias publicitarias, de telecomunicaciones, vídeo, discográficas, etc.

estándares de calidad en la prestación de la información, la formación, la cultura y el entretenimiento propios de un servicio público televisivo.

#### 4.1.4. Oferta programática de CRTVE

El siguiente punto abarca el análisis de las líneas estratégicas que abordan la oferta programática de la Corporación de Radio y Televisión. En consonancia con la aprobación del primer Mandato-marco en el que se establecen los objetivos estratégicos para el correcto cumplimiento de las obligaciones de servicio público del Ente televisivo público. Con el objetivo de especificar las cuestiones programáticas, el Mandato-marco elabora tres líneas de actuación bien diferenciadas: contenidos, emisión y producción.

Examinaremos brevemente la oferta de contenidos de que dispone CRTVE. En el caso específico de la radio, a pesar de no estar incluido en nuestro objeto de estudio, presentaremos escuetamente en qué consiste su estructura de contenido como elemento fundamental de la oferta de programación que ofrece la Corporación.

Con respecto al primer punto, los contenidos, la subdivisión que se ha elaborado parte a su vez de tres partes: la radio pública, el servicio televisivo y los servicios informativos en línea.

En el caso de los contenidos de la radio pública se contemplan cuatro vertientes clasificadas según diversas temáticas. En primer lugar, *Radio Nacional* que comprende emisiones de contenido generalista; *Radio 5* de carácter informativo; una radio exclusiva para las emisiones musicales, *Radio Clásica* y, por último, *Radio 3* destinada a temas de actualidad musical reservado para públicos jóvenes y alternativos. Además, la radio pública contempla una vertiente enfocada a la ciudadanía catalana, *Radio 5*, y por último, *Radio exterior* destinada a la información de carácter internacional.

Imagen 1: Organigrama de la radio de la Corporación de RTVE

## Radio por cadenas Todo RNE



Fuente: rtve.es A la carta

El principal objetivo del contenido radiofónico es la mejora de la calidad informativa con la pretensión de competir con las emisiones privadas y alcanzar principalmente un target de la población entre los 14 y los 45 años considerado por la lógica publicitaria como el target comercial<sup>296</sup>.

En el caso de las líneas estratégicas para el contenido de televisión se establecen, prioritariamente, dos cadenas como oferta generalista, La1 y La2. Respecto a la oferta temática, se agrupan en tres canales, *Canal 24 horas*, *Teledporte* y *Clan TV*. Por último, la oferta informativa de carácter internacional compuesta por *TVE Internacional* y cuatro derivadas con la pretensión de ofrecer cobertura continental: *TVE Internacional Europa/África*, *TVE Internacional América I*, *TVE Internacional América II* y *TVE Internacional Asia/Oceanía*.

Imagen 2: Organigrama de la televisión de la Corporación de RTVE

## TV por canales Todo TVE



Fuente: Rtve.es A la carta

Finalmente, en relación con las líneas estratégicas de contenidos de los servicios informativos en línea, se disponen de dos objetivos de especial relevancia para la

<sup>296</sup> Benito, J. M.<sup>a</sup> (2017). *Las televisiones públicas en España: por qué y para qué*. Madrid: Editorial Fe d'erratas, p. 34.

persecución de una posición hegemónica en el panorama de la Era Digital. En primer lugar, una disponibilidad efectiva de los contenidos en los principales dispositivos móviles con el propósito de generar una mayor tendencia de consumo de material audiovisual. En último lugar, el fomento y el desarrollo de *rtve.es* como soporte maestro para el consumo de contenidos y de una oferta variada a la carta. El escaparate Web persigue mediante la innovación tecnológica y audiovisual el alcance de una experiencia cada vez más personalizada para el usuario. Además, *rtve.es* debe poner a disposición de los ciudadanos los servicios interactivos fruto de las líneas estratégicas de programación y de desarrollo tecnológico de las cadenas.

Adicionalmente, con el propósito de avanzar en nuestro desarrollo programático de la Corporación de RTVE se abordará la vertiente de emisiones como un elemento clave para el servicio público televisivo. Con el objeto de resolver el complejo espectro de emisiones en CRTVE se establecen cuatro líneas fundamentales como base para un óptimo resultado en la emisión de los contenidos. Primeramente, se sostiene la idea del fomento del mayor ámbito de cobertura posible a nivel de territorio nacional. En segundo lugar, elaborar un plan de desconexiones territoriales para ofrecer una oferta variada de interés territorial y general. Por otro lado, mantener la oferta de contenidos de carácter internacional, fomentando la relación y la comunicación con los países del resto del mundo en los idiomas de mayor penetración para cubrir la demanda exterior. En última instancia, el fomento y desarrollo de una plataforma que sirva como soporte para el consumo personalizado de contenidos procedentes de Internet y para la utilización de los servicios interactivos de interés para el usuario proporcionados por la empresa televisiva desde cualquier dispositivo móvil.

Con el propósito de finalizar en el análisis de la oferta programática de la CRTVE se llevará a cabo una exposición a nivel de producción de los contenidos emitidos por el Ente público. En primer lugar, el objetivo de los órganos competentes para alcanzar el máximo umbral de productividad en esta disciplina es encontrar un término medio entre la explotación de los recursos propios de la cadena y el cumplimiento legal que exige la legislación en relación a las cuotas de producción independiente.

De manera que, las variables de producción que sostiene la empresa televisiva resultan distintas según su financiación y los derechos de explotación. Por consiguiente, resulta imprescindible la exposición de las distintas clasificaciones según su naturaleza:

- En primer lugar, en el caso de la *producción ajena* la CRTVE solo posee los derechos de emisión de las producciones audiovisuales. De tal forma que, el organismo televisivo no ha participado con sus recursos propios en ninguna de las fases de elaboración del formato audiovisual<sup>297</sup>.
- En segundo lugar, la *producción mixta o coproducción* implica que la entidad televisiva ha intervenido en una proporción especificada de forma previa. De manera que, en este caso la CRTVE, ha podido participar en alguno de los procesos de realización del producto audiovisual o en la explotación de derechos.
- Y por último, la categoría de *producción propia* significa que la Corporación de RTVE posee el 100% de los derechos de explotación<sup>298</sup>.

En definitiva, RTVE debe cumplir con los principios de programación establecidos en la legislación vigente para su funcionamiento y en los objetivos generales a medio plazo que han sido recogidos en el Mandato-Marco para el cumplimiento de las funciones de servicio público televisivo.

#### 4.1.5. Recepción de audiencias de la Primera y Segunda Cadena

En este apartado corresponde iniciar el análisis en relación a la evolución en las cuotas de audiencias de las cadenas generalistas de la CRTVE, La1 y La2. En vista de la pérdida del monopolio de RTVE a partir de los años noventa ante la aparición de las cadenas privadas en el panorama televisivo español se produce una drástica transformación en lo referente al reparto de audiencias entre los distintos canales públicos y privados.

---

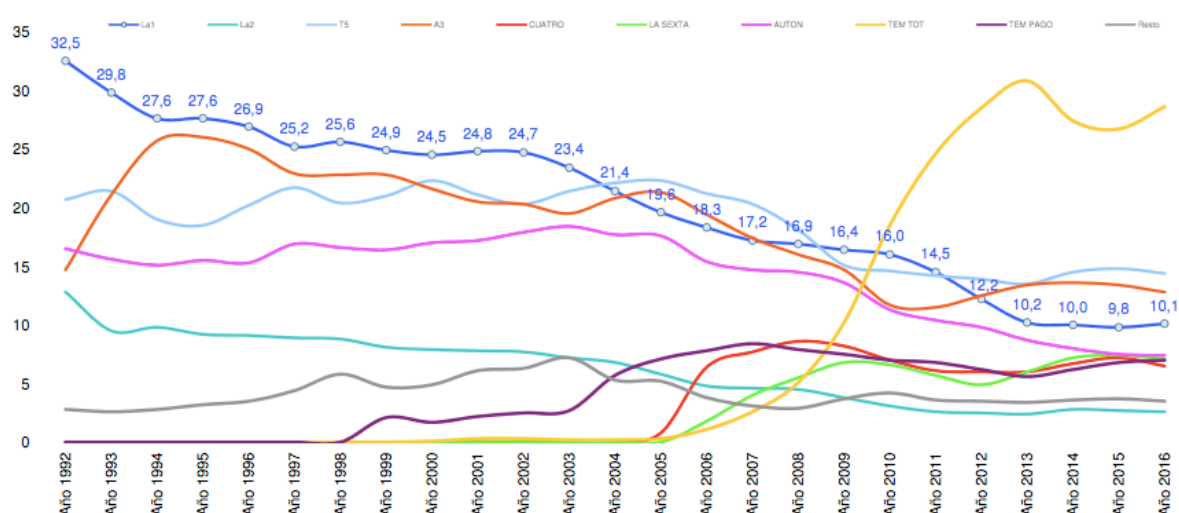
<sup>297</sup> Mandato-Marco. BOE núm. 157, lunes 30 de junio de 2008. p. 28839.

<sup>298</sup> Mandato-Marco (2008). *op. cit.*, p.28839.



Por lo cual, a continuación se examinará brevemente como Radiotelevisión Española de forma progresiva ha sufrido un deterioro y una pérdida constante de sus audiencias desde 1990 que no ha dado tregua al servicio televisivo público español. Conviene subrayar, que las comparaciones de descenso de las cuotas de audiencia, tanto de titularidad estatal como de los operadores privados, precisan recibir un análisis en dos momentos convenientemente diferenciados. En vista de que los dos principales puntos de inflexión en las transformaciones de las audiencias tienen lugar en dos fechas. En primer lugar, los años noventa con la pérdida del monopolio de RTVE y, en segundo lugar, a partir de 2005 con la aparición de los canales Cuatro y LaSexta y la puesta en marcha del proceso de transición hacia la TDT<sup>299</sup>.

*Imagen 3: Evolución del share del Grupo RTVE desde 1992 hasta el 2016.*



*Fuente: Básicos del año 2016 RTVE. Gráfico elaborado a partir de los datos de Kantar Media.*

<sup>299</sup> Benito, J. M.<sup>a</sup> (2017). *op. cit.*, p. 39.

Imagen 4: Evolución anual por cadenas desde el año 2007 hasta el año 2016.

| Cadenas        | Año 2007 | Año 2008 | Año 2009 | Año 2010 | Año 2011 | Año 2012 | Año 2013 | Año 2014 | Año 2015 | Año 2016 |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| T5             | 20.3     | 18.1     | 15.1     | 14.6     | 14.2     | 13.9     | 13.5     | 14.5     | 14.8     | 14.4     |
| A3             | 17.4     | 16.0     | 14.7     | 11.7     | 11.5     | 12.5     | 13.4     | 13.6     | 13.4     | 12.8     |
| La1            | 17.2     | 16.9     | 16.4     | 16.0     | 14.5     | 12.2     | 10.2     | 10.0     | 9.8      | 10.1     |
| AUT            | 14.7     | 14.5     | 13.6     | 11.3     | 10.4     | 9.8      | 8.7      | 8.0      | 7.5      | 7.4      |
| LA SEXTA       | 4.0      | 5.5      | 6.8      | 6.6      | 5.7      | 4.9      | 6.0      | 7.2      | 7.4      | 7.1      |
| TEMATICAS PAGO | 8.4      | 7.9      | 7.5      | 7.0      | 6.8      | 6.2      | 5.6      | 6.2      | 6.8      | 7.0      |
| CUATRO         | 7.7      | 8.6      | 8.2      | 7.0      | 6.1      | 6.0      | 6.0      | 6.7      | 7.2      | 6.5      |
| FDF-T5         | x        | 0.2      | 0.5      | 1.5      | 2.6      | 2.9      | 2.9      | 3.5      | 3.5      | 3.2      |
| La2            | 4.6      | 4.5      | 3.8      | 3.1      | 2.6      | 2.5      | 2.4      | 2.8      | 2.7      | 2.6      |

Fuente: Barlovento Comunicación. Análisis televisivo año 2016.

Indiscutiblemente, la aparición y consolidación de las cadenas privadas generalistas supuso el primer impacto en las cuotas de share de RTVE. La Primera cadena experimentó un descenso de casi la mitad de su cuota de audiencia, de un 32,5 en 1992 a un 19,6 en 2005. La Segunda Cadena apreció un declive similar en su cuota de pantalla que se redujo del 12,8 en 1992 al 4,6% en el año 2007 y, por último, al 2,6% en el año 2016. En contraste con Telecinco, de un 20,7 en 1992 a un 20,3 en 2007 y Antena 3 de un 14,7 a un 17,4% respectivamente.

Con todo, se afianza la premisa de que una mayor oferta de contenidos y programas provoca una consecuencia directa del aumento en la fragmentación de las audiencias. De manera que, mediante la observación de los datos de audiencia que proporcionan las tablas de datos y llegados a este punto de la exposición, en pocas palabras, se concluye como se ha paralizado el ascenso de las cuotas de audiencia de las cadenas generalistas privadas y como continúa un declive imparable de las dos cadenas generalistas de RTVE. Por consiguiente, cabe destacar que el cambio de dirección ha precipitado el descenso más alto experimentado por los operadores tradicionales. De manera que La1 pierde un 49% de su público, Telecinco cede un 35% y Antena 3 una suma total del 36%<sup>300</sup>.

Las anteriores declaraciones no quieren decir que el descenso se haya mantenido hasta la actualidad de una manera constante si no que se ha intensificado. En primer lugar, por la pérdida de la publicidad experimentada por los canales televisivos estatales a

<sup>300</sup> Benito, J. M.<sup>a</sup> (2017), *op. cit.*, p. 40.

partir de 2009; en segundo lugar, el encendido digital y la multiplicación de la oferta de la TDT, y por último, la intromisión de otros operadores televisivos basados en el consumo audiovisual bajo demanda como plataformas televisivas online.

#### **4.1.6. La estructura financiera de la CRTVE**

El siguiente apartado comprende el estudio del sistema de financiación que administra la actual Corporación de RTVE. El modelo económico vigente se fundamenta en tres leyes que han consolidado los cimientos de la estructura económica actual. Principalmente, el sistema financiero del organismo público se construyó sobre las premisas establecidas en la Ley 17/2006 de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal. Posteriormente, tras tres años, las proposiciones de la Ley 17/2006 fueron estudiadas y transformadas con el fin de alcanzar una mayor concreción en la reforma que supuso la Ley 8/2009 de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Por último, se aprobó la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual con el objetivo de consolidar una normativa básica para la radio, la televisión y los servicios interconectados tanto públicos como privados que impuso nuevas modificaciones de carácter financiero para la CRTVE.

Ahora bien, los anteriores capítulos del trabajo no se han detenido de forma particular en la situación financiera de la televisión pública española por no tratarse del objeto de estudio de la presente investigación. Por consiguiente, el próximo apartado incorpora una explicación preliminar que requiere de un mínimo análisis histórico del sistema de financiación respecto a la última década. El propósito de este contexto a modo de introducción es facilitar la comprensión de la estructura financiera vigente de la Corporación RTVE y obtener conclusiones y premisas que repercutan en el cumplimiento de las obligaciones programáticas de servicio público.

#### **4.1.6.1. Revisión histórica del sistema de financiación de Radiotelevisión Española**

Históricamente, el Ente público de RTVE desde su creación en 1956 ha experimentado sucesivas alteraciones en su sistema de financiación a partir de las variaciones percibidas en el escenario televisivo español.

Brevemente, en relación con el periodo de monopolio la televisión pública española mantuvo una posición hegemónica en los ingresos publicitarios e impuso hasta principios del milenio una disposición de poder sobre las cuotas publicitarias frente a los operadores privados. Sin embargo, a partir de la ruptura del monopolio televisivo a mediados de los ochenta con la aprobación de la Ley del Tercer Canal y la aparición de los operadores privados a finales de la década comenzó para el servicio de televisión pública una batalla de competencia por la publicidad. Por ese motivo, cabe destacar, como a partir de 1990 comienza un paulatino e imparable descenso de los ingresos para Radiotelevisión Española que suscitan resultados perjudiciales a nivel económico.

El problema fundamental del sistema financiero de RTVE ha sido su progresivo endeudamiento a partir de la pérdida del monopolio televisivo. Cabe mencionar, que la reducción de los ingresos publicitarios, las restricciones en las subvenciones por parte del Estado y el aumento de los costes de producción de los contenidos fueron los principales factores que precipitaron la deuda pública televisiva. Por consiguiente, el Ente televisivo estatal comenzó una acumulación de deficiencias en su funcionamiento. En primer lugar, el problema financiero supuso una grave problemática para el Estado que avaló mediante crédito la deuda acumulada. En segundo lugar, la cobertura del cometido de RTVE se tornó defectuosa lo que supuso un deterioro en las actividades de servicio público. En tercer lugar, no existía una hoja de ruta que marcara los objetivos principales de la empresa televisiva estatal ni unas acciones específicas de programación que presentaran un diseño férreo de las estrategias generales. Y, por último, la concepción financiera descrita

por el Estatuto de 1980 suponía una fuente continua de precariedad económica y una inestabilidad en lo relacionado a la gestión<sup>301</sup>.

Por consiguiente, la sistemática acumulación de pérdidas en RTVE supuso que en el año 2003 la deuda hubiese ascendido a 6.224 millones de euros, un endeudamiento desproporcionado e insostenible que incitó el Informe para la reforma propuesta por el Consejo de Sabios en el año 2004. A partir del trabajo realizado por los expertos, se formularon las principales premisas en temas de financiación por parte de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal para reestructurar el régimen de ingresos.

La configuración del esquema de financiación de la CRTVE a partir de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal estableció una financiación mixta para la empresa televisiva de titularidad estatal. El modelo financiero impuesto concretaba los ingresos de la entidad en dos vertientes decisivas. En primer lugar, el capital estatal procedente de los Presupuestos Generales del Estado, estipulado por el correspondiente Contrato-programa. En segundo lugar, los ingresos procedentes de la participación en el mercado publicitario.

Con el fin de llevar a cabo el cumplimiento de los ingresos estipulados y evitar el endeudamiento de la CRTVE se contemplaron los siguientes elementos como herramientas fundamentales para garantizar el modelo financiero: el Mandato-marco, el Contrato-programa, una contabilidad analítica de la entidad y el control por parte de la Administración del Estado y del Tribunal de Cuentas.

#### **4.1.6.2. El sistema actual de financiación**

Con la intención de preservar el cumplimiento de las funciones de servicio público por parte del Ente televisivo estatal y con la pretensión de formular un sistema de televisión pública que permitiese la convivencia armónica con los operados de carácter privado, en 2009 se aprobó la reforma sobre las bases de la Ley 17/2006 mediante la Ley

---

<sup>301</sup> Informe para la reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado, (2004), *op. cit.*, p. 166.

8/2009 de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. A partir de este momento, el modelo de financiación se transformó en un sistema único de financiación por parte de ingresos públicos y abandonó su carácter de modelo mixto. Por lo tanto, la autorización de esta ley supuso un cambio de dirección sin precedentes en la historia de la televisión en España, el fin de la emisión de la publicidad, lo que implicó la terminación de los ingresos procedentes del mercado publicitario<sup>302</sup>.

El objeto principal de la Ley 8/2009 fue elaborar un sistema financiero televisivo estable y público que pudiera sostener una armonía con el resto de operadores que conformaban el panorama audiovisual español. No obstante, además de este motivo, existieron dos razones de peso que fundamentaron la existencia de la reestructuración financiera. En primer lugar, el propósito de esta medida fue obtener autonomía por parte del mercado publicitario que ya no supondría una prestación económica para la entidad pública. En segundo lugar, afianzar una estabilidad respecto a los ingresos de la Corporación. Las fluctuaciones y la variabilidad en el mercado publicitario suponían graves desajustes en los presupuestos estimados para el Ente público televisivo.

Asimismo, conviene subrayar que la Corporación de RTVE además de renunciar a su cuota de mercado publicitario también acuerda renunciar a la posibilidad de los contenidos de pago. El resto de operadores obtenían de esta forma gratificaciones en los ingresos publicitarios. Ahora bien, se estipulaba una contraprestación a favor de la Corporación por parte de las televisiones privadas en abierto, las televisiones de pago y los operadores de telecomunicaciones.

En definitiva, el entramado financiero de la Corporación RTVE quedaba articulado mediante cinco fuentes de ingresos:

Las subvenciones por parte de los Presupuestos Generales del Estado como compensación por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación RTVE.

Un porcentaje sobre el rendimiento de la tasa por reserva del dominio público radioeléctrico<sup>303</sup>.

---

<sup>302</sup> Ley 8/2009. *op. cit.*, Sec. I. p. 74004.

<sup>303</sup> La tasa es regulada por la Ley 9/2014, de 9 de mayo, *General de Telecomunicaciones*.

Y por último, la aportación de una tasa por parte de los operadores como contribución al mantenimiento del servicio público de comunicación audiovisual estatal. De manera que, se establece un porcentaje sobre los ingresos de los operadores del 3% para los de televisión comercial en abierto; del 1,5% para los operadores de televisión de pago y el 0,9% para los de telecomunicaciones<sup>304</sup>.

Por consiguiente, el modelo de financiación actual de la Corporación tiene el propósito presente de mantener una convivencia estable entre el servicio de televisión estatal y los operadores televisivos comerciales. No obstante, las previsiones en relación a los ingresos de los operadores resultaron en exceso optimistas y lo recibido por la Corporación ni siquiera se acercó a los anteriores ingresos publicitarios. Baste como muestra, que de los 480 millones de euros que La1 ingresó en 2009 en concepto de publicidad se pasó a unas cantidades que oscilaban entre los 185 y los 283 millones de euros que aportaron los operadores de telecomunicación desde 2010<sup>305</sup>. Por último, cabe subrayar, como a partir del impuesto de tasas algunas empresas de telecomunicaciones abandonaron su actividad como operadores de comunicación audiovisual.

En definitiva, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) recomendó en su primer informe presentado en 2016 en relación al ejercicio 2014 una reestructuración del modelo de financiación de la Corporación. La evaluación de la CNMC puso de manifiesto la incertidumbre presupuestaria que la supresión de los ingresos publicitarios había suscitado en la Corporación RTVE. Conviene subrayar, como desde el año 2010 hasta el año 2014 la aportación del Estado como compensación de servicio público ha disminuido casi hasta la mitad, pasando de 579 millones de euros en 2010 a 292 millones en 2013 y 2014<sup>306</sup>. Por consiguiente, resulta perentoria una reformulación de la estructura financiera para la Corporación de RTVE. La exposición de la Ley 8/2009 se ha revelado como un instrumento inadecuado para garantizar la financiación de la CRTVE debido a que no cuenta con una previsión conveniente de los ingresos anuales. Es por esto que, las obligaciones de servicio público

---

<sup>304</sup> Ley 8/2009. *op. cit.*, Sec. I. p. 74004.

<sup>305</sup> Benito, J. M.<sup>a</sup> (2017), *op. cit.*, p. 71.

<sup>306</sup> Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación de Radio y Televisión Española y su financiación. Año 2014. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 27 de julio de 2016, p. 131.

se encuentran en un contexto de desconcierto económico y, por lo tanto, repercute directamente en el cumplimiento de sus funciones y objetivos programáticos.



## **4.2. Principios básicos de la programación de la CRTVE.**

El abordaje del siguiente apartado implica exponer las premisas generales de programación que el medio televisivo RTVE ha diseñado para la ejecución de sus contenidos. Ahora bien, los principios programáticos de la Corporación deben circunscribirse a las exigencias legislativas y sociales que el medio televisivo tiene encomendado por su naturaleza estatal. Resulta fundamental que las funciones de servicio público se traduzcan en unos principios de programación asequibles y realizables por la Corporación RTVE. Por consiguiente, la consecución de los criterios programáticos confieren al medio televisivo estatal de una base saludable para efectuar las acciones de programación concretas y efectivas para la prestación de servicio público. Cabe destacar, que los principios generales de servicio público deben incidir de forma global en la adecuación del total de la programación de la radio y de la televisión española. Por lo tanto, a partir de la refundación del medio televisivo estatal mediante la aprobación de la Ley 17/2006, el Consejo de Administración de la CRTVE a propuesta de la Comisión de Servicio Público aprueba los principios básicos del servicio público y las líneas generales de programación.

### **4.2.1. Objetivos de la programación de servicio público**

La Corporación RTVE a partir de los principios de servicio público y con el propósito de materializar la encomienda del medio televisivo en acciones programáticas ha elaborado una serie de premisas que reflejan los principios fundamentales de su programación.

En primer lugar, la Corporación RTVE en sus líneas estratégicas de programación velará por los valores constitucionales que amparan a la sociedad española y que, por

ende, el organismo estatal de televisión tendrá el deber preservar en sus contenidos televisivos. Además, la intención del medio de comunicación es la elaboración de un modelo programático que garantice los derechos individuales y colectivos y, específicamente, aquellos que se encuentren en una situación de mayor vulnerabilidad.

Los formatos de programación establecidos por la Corporación serán elaborados y aplicados con el objetivo de la consecución de sus acciones en torno a unos criterios de libertad e independencia. Sin embargo, los métodos diseñados para tal fin no podrían, en ninguno de los casos, vulnerar los derechos de las personas ni grupos sociales.

Por consiguiente, cabe destacar, el esfuerzo de RTVE en la articulación de unos medios de comunicación que garanticen a los ciudadanos “la difusión del conocimiento, el derecho a la información y que contribuyan al entretenimiento de una manera digna y acorde con los valores democráticos y constitucionales”<sup>307</sup>. En la definición expuesta, el planteamiento responde a las funciones básicas de servicio público tanto en sus funciones de formación, como de información y entretenimiento. Con todo, los principios básicos de la Corporación inspiran un empeño por alcanzar niveles de audiencia que logren una posición destacada como modelo televisivo de referencia de la sociedad española. Sin embargo, la aspiración de mayores cuotas de *share* no puede considerarse un fundamento para el abandono en la calidad de ninguno de los principios generales de servicio público. De manera que, el objetivo principal de la programación de la Corporación RTVE en términos de rentabilidad contempla, de forma prioritaria, la repercusión social.

Existe, empero una necesidad de que la Corporación resuelva las necesidades programáticas desatendidas por el resto de medios que conforman el panorama audiovisual y elaboren las acciones necesarias para potenciar iniciativas socialmente valiosas para la programación<sup>308</sup>. Cabe mencionar, que la premisa anteriormente expuesta ocupa un punto de inflexión en el objeto de estudio específico de estudio que culmina el análisis de este trabajo y que atenderemos con mayor atención en apartados posteriores en referencia a la programación cultural.

---

<sup>307</sup> *Principios Básicos de la Programación*. Corporación RTVE. Consejo de Administración de RTVE. Edición: IORTV.

<sup>308</sup> *Principios Básicos de la Programación*. CRTVE. *op. cit.*, p.14.

Hay que mencionar, además, como las líneas estratégicas de programación de la Corporación constituirán una apuesta en relación a los recursos propios de la cadena y un enérgico apoyo a la industria española audiovisual. En última instancia, el servicio de televisión público atenderá a su más amplia audiencia a través de la oferta programática generalista y temática y mediante el desarrollo de los canales interactivos y conexos de la Corporación.

En lo referente a los principios básicos de la programación, el medio televisivo estatal ha procedido a la elaboración de un nivel de concreción mayor para la definición de las acciones en función de la prestación de servicio público de la Corporación RTVE.

#### **4.2.2. Intenciones programáticas por funcionalidad**

Con el propósito de la puesta en práctica de los principios de programación se han establecido una serie de premisas a partir de la tipología de los contenidos. En este sentido, el planteamiento que ofrece la Corporación en relación a su clasificación no es considerado a nivel funcional como un ordenamiento de sencilla aplicabilidad. Sin embargo, resulta comprensible que dependiendo del documento de trabajo y su intencionalidad se modifiquen las variables de clasificación.

En primer lugar, se contemplan los principios básicos orientados a la información y a la opinión como eje fundamental en la programación del Ente televisivo público. La Corporación debe garantizar el derecho a los ciudadanos a una información objetiva, veraz, plural e independiente procedente de cualquier grupo político, económico o de presión<sup>309</sup>. En relación a los informativos debe potenciar su presencia como referente informativo televisivo. Cabe destacar, el esfuerzo de la programación en la delimitación de lo informativo y la opinión con el objetivo de prestar el máximo respeto a la libertad de expresión. Por último, la programación de tipo informativo y de opinión deberá velar por el cumplimiento de unas normas de estilo entre sus canales de difusión en beneficio a la

---

<sup>309</sup> *Ibid.*, p. 16.

defensa del lenguaje. La redacción de los criterios de programación en relación a la realidad informativa pone de manifiesto la pertinencia de la veracidad y de la objetividad de la información emitida por la televisión pública española. En este sentido, la programación de carácter informativo debe mantener una posición de liderazgo e independencia política y económica en relación al resto de operadores televisivos de carácter privado. De manera que, la sociedad perciba un sentimiento de fiabilidad en lo que respecta a los contenidos y a la realidad social televisada por la Corporación RTVE.

En segunda instancia, se considera indispensable la clasificación de la programación cultural y de entretenimiento. Resulta de especial interés para el estudio en lo referente a los contenidos de carácter cultural y, además, encontrar esta categoría en combinación con la función de entretenimiento. Ahora bien, de forma estricta los principios básicos de programación en relación con los contenidos de entretenimiento formulan una única premisa en un sentido de respeto al honor, la intimidad y la propia imagen de las personas. La Corporación sostiene su intención como promotora de la difusión de contenidos culturales y de sus nacionalidades y regiones, así como de su pluralidad y diversidad. Además, se pone de manifiesto el respaldo a la creación artística cinematográfica, especialmente europea, y otros productos artísticos como los libros, películas, los discos, las bellas artes o las artes escénicas<sup>310</sup>. La divulgación científica es contemplada como un contenido fundamental. Al mismo tiempo, se incorpora la presencia del deporte en sus distintas manifestaciones. Con todo, se observa a continuación como las propuestas no delimitan una diferenciación clara entre la función de entretenimiento y la cultura.

Por consiguiente, ante el contenido explorado, el planteamiento del texto sugiere que la misión de entretenimiento de RTVE está enfocada hacia una vertiente cultural de la programación y que, consecuentemente, ambas catalogaciones se plantean combinadas. No obstante, la postura que el trabajo ha ido adquiriendo a lo largo de la investigación plantea un enfoque muy distinto. El definitiva, se estima que el contenido cultural ha renunciado a su principal tarea, la formación, en beneficio del entretenimiento. La declaración anterior no quiere sugerir que los contenidos culturales no puedan ofrecer una

---

<sup>310</sup> *Ibid.*, p. 17.

entretenimiento de calidad, sino que la función de entretener, en ningún caso, debería anteponerse a la tarea formativa de los contenidos culturales y educativos.

Con la intención de avanzar en nuestro análisis programático, en los principios básicos de la Corporación RTVE se configura, en tercer lugar, como una catalogación esencial lo referido a la infancia y a la juventud. Por consiguiente, en este sentido se ha percibido una notable atención al número de horas de emisión de la programación infantil y la trascendencia de la producción de contenidos en esta dirección. Además, el texto denota un interés en lo referido a la transmisión del conocimiento y la formación de los públicos más jóvenes.

Con la pretensión de finalizar el apartado, el trabajo atiende la última clasificación expuesta en la configuración programática: los compromisos sociales y el derecho al acceso. Esta sección toma en consideración la intención de la programación en relación al respeto y a la tolerancia en el tratamiento de los contenidos de distinta índole. Baste como muestra, el fomento del acceso de los grupos políticamente significativos y a los colectivos de mayor riesgo de exclusión social; la sensibilización y el respeto de los contenidos relativos a la violencia o a las víctimas, el afianzamiento de los valores constitucionales, la igualdad de oportunidades y el acceso de los canales televisivos a las personas con algún tipo de discapacidad. Por último, la programación televisiva pública persigue un fortalecimiento en la concienciación de la protección del medio ambiente y la seguridad vial como elementos fundamentales de sensibilización ciudadana.

En definitiva, los principios básicos de programación elaborados por el Consejo de Administración de la Corporación denotan la toma de conciencia que el Ente televisivo ha adquirido en lo referente a sus funciones como servicio público. A pesar del esfuerzo en lo referido a la articulación de los contenidos y en su posterior desglose, la investigación hace constar la vaguedad del documento y la indefinición en lo relativo a la especificidad de las tareas programáticas. La insuficiencia en la declaración de los motivos expuestos en el documento analizado muestra e identifica una falta de precisión en el diseño de los cimientos de las funciones programáticas de servicio público.

Como resultado de este análisis, resulta imprescindible señalar la trascendencia del compromiso que la Corporación RTVE adquiere con la globalidad de su programación.

El panorama audiovisual televisivo hegemónico en la actualidad pone de manifiesto la dificultad de dar cumplimiento a una estructura programática que quebranta la lógica televisiva inspirada en alcanzar las mayores cuotas de audiencia y en emitir, sin descanso, programación orientada al entretenimiento.

Por todo esto, la definición de unos principios de programación básicos y la reformulación de unos cimientos saludables de contenidos televisivos deben posicionar a la televisión pública española como el mayor referente para una sociedad que camina hacia el progreso y el pensamiento crítico. Asimismo, se presenta como una necesidad perentoria configurar los principios programáticos culturales que resultan insatisfactorios como una guía de contenidos inequívoca y sostenible.

### **4.3. Instrumentos para garantizar el cumplimiento del servicio público de la CRTVE**

La reestructuración en la arquitectura del Ente televisivo público RTVE por la Ley 17/2006 necesitó de la creación de mecanismos complejos para reorganizar su misión como servicio público. Por consiguiente, resultó indispensable la definición de un documento en el que se reflejasen los objetivos generales de la CRTVE a medio plazo, el Mandato-marco. Además, de una concreción de los propósitos en líneas de acción específicas a corto plazo, los denominados contratos-programa.

Desde algunas perspectivas de la oposición de la esfera política, la Ley 17/2006 no cumplía con las expectativas al nivel de la reforma que se había planteado previa constitución del Comité de Expertos. No obstante, la Ley de la reforma consistió en un proyecto de inestimable ambición, pero también de obligatorio desempeño. La elaboración de los instrumentos para garantizar el cumplimiento de las obligaciones de servicio público resultaban dos mecanismos indispensables para completar y llevar a cabo las acciones previstas en la reciente Ley de los Medios de Comunicación de Titularidad Estatal. Por consiguiente, el desprovisto nivel de concreción de la nueva legislación contemplaba su mitigación a través de los dispositivos expuestos a través del Mandato-marco y el Contrato-programa, por lo tanto, su elaboración y cumplimiento equivalía a la materialización de todas las esperanzas que se habían depositado en el intenso y complejo proceso de reforma.

### 4.3.1. El Mandato-marco

La entrada en vigor de la Ley 17/2006 requirió la elaboración del primer Mandato-marco para la encomienda de servicio público de la recién constituida Corporación RTVE y su compromiso por parte de las Cortes Generales. En relación a la vigencia del documento, el Mandato-marco sería válido por un periodo de nueve años y transcurrido este plazo se consideraría prorrogado hasta la aprobación de uno nuevo. Cabe destacar el aplazamiento en la aprobación del texto por discrepancias de orden político por parte de la oposición que criticaron su vaguedad y el prematuro estado del informe<sup>311</sup>. La misión del documento en su versión oficial se presenta como la herramienta esencial, emanada del Parlamento, para “la concreción del modelo de Radio Televisión estatal y el cumplimiento de los objetivos generales de la función de servicio público de la Corporación”<sup>312</sup>. La materialización de esta definición entrañaba la enorme complejidad de fijar las directrices generales para un funcionamiento del Ente televisivo público sin precedentes.

El Mandato-marco exponía una misión fundamental para la CRTVE, a partir de sus objetivos generales, la prioridad sería que el medio televisivo público se convirtiera en una de las principales ofertas audiovisuales del país y el referente básico como fuente de información para la ciudadanía, de manera que, la encomienda de servicio público pudiese llegar a una audiencia lo más amplia posible. En los objetivos generales de la función de servicio público que establece el Mandato-marco para la Corporación RTVE se compromete a cumplir y a ser sujeto activo de las obligaciones integradas en las funciones de servicio público definidas en la Ley 17/2006.

Con el propósito del cumplimiento de las funciones de CRTVE y en relación a nuestro objeto de estudio específico en lo referente a las líneas de programación de carácter cultural, se considera indispensable explorar la intencionalidad que el Mandato-marco mantiene al respecto.

---

<sup>311</sup> Fernández Alonso, I., Fernández Viso, A. y Blasco Gil, J., Crisis de credibilidad y debilidad financiera de RTVE. En Fernández Alonso, I, (2017), *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: Gedisa, p. 99.

<sup>312</sup> Mandato-marco. *Disposiciones Generales*. BOE núm. 157 del 30 de junio de 2008, p. 1.



En primera instancia, los objetivos programáticos de la función de servicio público se encuentran divididos en una categorización de compleja comprensión:

Objetivos programáticos de Servicio Público, adecuación de horarios respecto de la audiencia potencial, programación informativa, programación de entretenimiento, cobertura institucional y comunicaciones oficiales, procesos electorales, derecho al acceso y derecho a las rectificación<sup>313</sup>.

Por consiguiente, la clasificación expuesta por el Mandato-marco incluye en el primer nivel de Servicio Público aquella programación con una tarea educativa y divulgativa, además del fomento de la televisión formativa.

Ahora bien, tras la exploración de la categorización de los objetivos generales de la función de servicio público y sin entrar en detalle<sup>314</sup>, podemos manifestar nuestra inquietud por la falta de especificación en la apreciación que el Mandato-marco realiza sobre los objetivos programáticos exclusivos de servicio público en lo referido a la programación educativa, divulgativa y formativa, en definitiva en las categorías programáticas culturales.

Asimismo, el documento oficial establece las líneas estratégicas de contenidos, emisión y producción de la oferta de televisión. El propósito es aportar a través de los distintos medios de difusión y soportes tecnológicos un número de canales apropiado y una oferta programática diferenciada.

En definitiva, la creación del Mandato-marco ha supuesto una hoja de ruta para los objetivos de la Corporación de RTVE. Con la finalidad de asegurar el cumplimiento del documento el Ente público televisivo debe acreditar su cumplimiento mediante una memoria anual sobre la prestación de las funciones de servicio público. La revisión de este informe es competencia de las Cortes Generales, de tal forma que, la actuación de la CRTVE y sus sociedades son sometidas a un férreo control parlamentario.

---

<sup>313</sup> Mandato-marco, (2008). *op. cit.*, pp. 4-5.

<sup>314</sup> Puesto que analizaremos el apartado específico de interés en el estudio cualitativo del próximo bloque.

Desde el 2007 y hasta el año 2013<sup>315</sup> se procedió a un análisis de las memorias anuales presentadas por la CRTVE por la Comisión Mixta de Control Parlamentario. A partir de las revisiones de las actividades realizadas se establecieron correcciones que la Corporación debía de enmendar de forma obligatoria con el propósito de potenciar la prestación de servicio público<sup>316</sup>.

### 4.3.2. El Contrato-programa

A partir de la elaboración del primer Mandato-marco de la Corporación de RTVE por parte del Parlamento se establecía un periodo de seis meses para la preparación de las acciones concretas que conformaran el Contrato-programa procedente del Gobierno y de la Corporación. La ejecución de este trabajo consistía en la materialización de las actuaciones específicas que la reciente estructura de RTVE debía implantar con el propósito final de cumplir con la prestación de servicio público encomendada por el Estado. El texto propuesto tendría como función servir de guía en las directrices esenciales de la configuración del Ente televisivo. Asimismo, su vigencia sería de carácter trienal con el objetivo de actualizar las estrategias a corto plazo y poder reorientar las acciones dependiendo de sus rendimientos. A pesar de la teoría expuesta en la normativa, el Contrato-programa no llegó a aprobarse ni por el ejecutivo del Partido Socialista en la doble legislatura ni por el Partido Popular liderado por Mariano Rajoy en el periodo de 2008 a 2016<sup>317</sup>.

En definitiva, la inexistencia del Contrato-programa significaba que la CRTVE no disponía de unas directrices a corto plazo a nivel programático y, lo que es más grave, no se formulaban los presupuestos en previsión del siguiente año natural. Por consiguiente, las memorias anuales sobre el cumplimiento de las funciones de servicio público se realizaron en función a las premisas generales del Mandato-marco. La inexactitud de los

---

<sup>315</sup> A partir del año 2014 el organismo competente para la revisión y el análisis de las obligaciones expuestas en el Mandato-marco sería la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

<sup>316</sup> Rodríguez Bajón, S. (2019), *op. cit.*, p. 45.

<sup>317</sup> Fernández Alonso, I. (2017), *op. cit.*, p. 99.

informes de ejecución de la encomienda de la CRTVE precipitó que las propuestas de mejora fueran inexactas e imprecisas.

#### **4.4. Mecanismos de control: la autoridad audiovisual autónoma y reguladora**

La pretensión de este bloque consiste en exponer la coyuntura respecto a la inexistencia de una autoridad audiovisual autónoma y reguladora en España. La presencia de un órgano regulador del sector audiovisual ha resultado ser una cuestión de especial complejidad en el panorama europeo, y en particular, la regulación sectorial en nuestro país. Sin embargo, cabe destacar que la existencia de un órgano competente de esta envergadura es un denominador común en la apuesta de las políticas gubernamentales en relación al control del funcionamiento de los operadores televisivos y de las emisiones de sus contenidos.

Resulta imprescindible que la investigación salvaguarde la intención de exponer la relevancia de las competencias de una autoridad que sea reconocida como una entidad independiente. El establecimiento de un orden y su respectiva supervisión es una tarea indispensable en el mercado audiovisual en el que los operadores públicos y privados compiten por el liderazgo de las cuotas de audiencia.

Resulta de especial fragilidad la diferenciación de los distintos objetivos que las entidades públicas televisivas y los operadores privados poseen en relación a sus audiencias. De manera que, en el sector de la comunicación audiovisual la finalidad prioritaria de una autoridad audiovisual consiste en preservar y velar por los derechos y las libertades fundamentales ciudadanas. En un sentido de transcendencia social y económica, el órgano regulador debe, por un lado, controlar los intereses de la industria audiovisual y, al mismo tiempo, proteger las directrices que los medios televisivos de titularidad estatal tienen encomendados como obligaciones programáticas de servicio público. Esto se debe, de igual manera que la investigación viene defendiendo desde sus comienzos, a que la actividad audiovisual comprende un componente esencial en la influencia de la opinión pública y en la estabilidad de los principios democráticos.

En definitiva, la regulación pretende supervisar y controlar las actuaciones que los operadores televisivos efectúan mediante sus actuaciones programáticas, por lo tanto,

resulta indispensable que la presencia de una autoridad reguladora asegure las normas de conducta respecto a las legislaciones audiovisuales existentes. Por consiguiente, el órgano independiente debe detentar funciones esenciales que permitan establecer un control férreo de las actuaciones televisivas. En este sentido, la entidad debe disponer de poderes normativos, ejecutivos, de supervisión y, en última instancia, sancionadores. En resumen, la existencia de un organismo regulador autónomo del sector audiovisual con plenas competencias propicia la construcción de un panorama televisivo acorde con la normativa legislativa y mantiene las programaciones de los operadores televisivos en los límites pertinentes según su naturaleza.

En último lugar, cabe mencionar que las estructuras programáticas de servicio público contienen dificultades estimuladas por la dirección que deben tomar las líneas de programación en relación a sus obligaciones como medio de comunicación público. En las últimas décadas, RTVE ha cumplido con funciones esenciales como la información y el entretenimiento, y ha descuidado otras vertientes indispensables como la cultura y la formación. Es por esto que, una autoridad independiente que regule de manera estricta los resultados programáticos y que posea la competencia sancionadora en los casos de incumplimiento en los contenidos resulta absolutamente conveniente en los escenarios audiovisuales actuales.

#### **4.4.1. El caso de España: una autoridad audiovisual inexistente**

A comienzos de los años noventa, el monopolio estatal televisivo español concluye a raíz de la competencia de los operadores televisivos privados. El Estatuto de 1980 en relación a las actitudes programáticas no se encontraba actualizado en relación al escenario audiovisual de la década. La transformación de los contenidos televisivos en dirección a la batalla por las cuotas de pantalla distorsionaron gravemente las actitudes programáticas. La ausencia de una entidad autónoma y reguladora dificultó un cambio de dirección de las políticas públicas televisivas. Por consiguiente, a finales de los años noventa, las autoridades europeas comenzaron a emitir rigurosas recomendaciones a favor de la

creación de autoridades audiovisuales independientes con la intención de establecer un control en los comportamientos programáticos televisivos y en relación a nuestro objeto principal de estudio, una supervisión en el cumplimiento de las obligaciones de servicio público de RTVE<sup>318</sup>. A pesar de las recomendaciones europeas, unos de los factores determinantes que dificultaron la creación y funcionamiento de autoridades audiovisuales independientes fue que no existía un modelo común de estructura organizativa y funcionalidades generalizadas. Por lo tanto, en el caso de España las negociaciones y las faltas de consenso político en relación a la configuraciones y las funciones de organismo propiciaron un retraso significativo en la creación de una entidad reguladora.

Principalmente en España, la problemática de la construcción de un órgano regulador competente del sector televisivo se ha visto mermado por el intervencionismo político y la falta de independencia en los planteamientos y resoluciones de las comisiones pertinentes. Por consiguiente, la defensa de un organismo independiente a nivel político y alejado de los poderes de los operadores televisivos se convirtió en un tema de debate durante décadas.

En 1995, el Senado respaldó la constitución de un Consejo Superior de Medios Audiovisuales con la intención de garantizar el pluralismo informativo, la calidad de la programación y la protección de los derechos y libertades<sup>319</sup>. No obstante, las competencias del citado órgano carecían de potestades sancionadoras y se le encomendaron las tareas de vigilancia, control y asesoramiento. Por el contrario, un año después y bajo coincidencia de cambio de gobierno se creó la CMT, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. De manera simultánea, en 1996 Cataluña configura el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Con todo, las competencias de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones no respondían a las obligaciones y funciones que caracterizan a los ansiados Consejos Audiovisuales independientes. En el año 2000, las recomendaciones europeas se instauran con mayor severidad e instan a los países miembros a la creación inmediata de autoridades audiovisuales.

---

<sup>318</sup> Fernández Viso, A., La autoridad estatal reguladora del audiovisual: el largo camino de la CNMC...y su incierto futuro. En Fernández Alonso, I. (Ed.), (2017). *Austeridad y Clientelismo. Política Audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: Gedisa, p. 127.

<sup>319</sup> Fernández Alonso, I. (2017). *op. cit.*, p. 129.

El Consejo de Expertos, configurado por el Gobierno de Rodríguez Zapatero en 2004, expone su preocupación en relación a la independencia política de los órganos reguladores audiovisuales. En el Informe para la reforma se plantea la inquietud de que España fuese uno de los pocos países de Europa que no contara entre sus organismos de control con un Consejo Audiovisual. De manera que, uno de los argumentos principales de la Comisión Europea se consolidó en el riesgo para la libre competencia que el Estado sea a la vez competidor y regulador de su propia competencia<sup>320</sup>. Cabe destacar, el fomento en un sentido de concienciación de autorregulación como beneficio expreso de la ética pública. En otras palabras, los usuarios y consumidores deben formar parte activa de las actividad autorreguladora como elemento esencialmente afectado.

La Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, formulada por el Partido Socialista, invirtió parte de su reglamentación en la creación y regulación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales conocido como CEMA. El organismo de reciente creación contó entre sus principales funcionalidades con capacidad sancionadora. Con todo, un año más tarde, la llegada del Partido Popular suprime el Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales y en 2013 crea la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como un órgano regulador multisectorial y multifuncional con capacidades sobre sectores como los transportes, la energía, las telecomunicaciones y el audiovisual<sup>321</sup>.

En la actualidad y por razones que se expondrán a continuación, la investigación pone de manifiesto su inquietud acerca la inexistencia de un organismo único e independiente que no pertenezca a un conglomerado de sectores para su autorregulación. Cabe destacar que las competencias transferidas a la CNMC para la regulación del sector audiovisual experimentan una pérdida de potestades en relación a las funciones encomendadas al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales expuestas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual.

---

<sup>320</sup> Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado, (2005). *op. cit.*, p. 147.

<sup>321</sup> *Qué es la CNMC*. Web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Recuperado de: <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc>

#### 4.4.2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

En primer lugar, se considera conveniente iniciar el apartado con la definición que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ofrece de forma oficial y se autodenomina como “el organismo que promueve y defiende el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y de las empresas. Es un organismo público con personalidad jurídica propia. Es independiente del Gobierno y está sometido al control parlamentario”<sup>322</sup>. La CNMC comienza su funcionamiento el 7 de octubre de 2013 como una entidad multisectorial. Los mercados que la Comisión atiende en regulación y supervisión son el sector energético, el audiovisual, la competencia, el sector postal, el transporte, las telecomunicaciones, la promoción de la competencia y la unidad de mercado.

En relación a sus funciones de supervisión del sector audiovisual, la CNMC dispone de dos competencias claramente diferenciadas. En primera instancia, la vigilancia del cumplimiento de las obligaciones de servicio público que la Corporación RTVE tiene encomendada por el Estado. En segundo lugar, la regulación en relación al resto de operadores de telecomunicaciones que conforman el mercado audiovisual en un panorama de tal complejidad como es el español.

El 2 de agosto de 2016, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia presentó su primer informe sobre el cumplimiento de las funciones de servicio público esencial de la Corporación de RTVE relativo al comportamiento del Ente televisivo público del año 2014<sup>323</sup>. La emisión del informe supuso el primer análisis de supervisión de las actuaciones de la radiotelevisión pública elaborado por un organismo independiente y no por la propia Corporación de RTVE. En el 2018, sería publicado el

---

<sup>322</sup> *Qué es la CNMC*. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Recuperado de: <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc>

<sup>323</sup> (2 de agosto de 2016). Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. La CNMC publica su primer informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la CRTVE. Recuperado de: <https://www.cnmc.es/2016-08-02-la-cnmc-publica-el-primer-informe-sobre-el-cumplimiento-de-las-obligaciones-de-servicio>



segundo informe en relación a las competencias estipuladas por la legislación en los referente a las funciones de servicio público derivado de los años 2015 y 2016. El segundo y último informe emitido hasta la fecha, en el momento de la realización de esta investigación, supone un documento de gran valor para el posterior análisis cualitativo y cuantitativo de la programación cultural del año 2016 en el servicio público televisivo español.

Resulta conveniente mencionar, como la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ha sido enormemente criticada por la falta de independencia política. En este sentido, el gobierno, al contrario de lo que ocurría con la configuración del CEMA, no ha delegado la totalidad de las competencias que debería poseer el órgano independiente de la CNMC. Baste como muestra, las funciones que el gobierno mantiene reservadas bajo su competencia como la concesión de las licencias audiovisuales, el cumplimiento de sus condiciones o las pertinentes renovaciones<sup>324</sup>. En referencia a la composición de sus miembros se han detectado casos de gravedad respecto a la influencia política. Por consiguiente, en un sentido estricto de autonomía en el control del cumplimiento de la normativa de los operadores privados y de servicio público se han delatado irregularidades en relación a poderes políticos<sup>325</sup>. A pesar de ello, en la propia definición de la misión de la CNMC queda expuesto en su propia página Web oficial el argumento de autonomía como “la CNMC está sometida al control parlamentario, lo que garantiza su independencia e incrementa la seguridad jurídica”<sup>326</sup>.

Con todo, la creación de la CNMC ha supuesto el fin de la inexistencia de un Consejo Audiovisual que suponía significativas presiones por parte de las autoridades europeas y que tras largos periodos de negociaciones infructuosas había supuesto un obstáculo normativo para el sector audiovisual español.

---

<sup>324</sup> Fernández Alonso, I. (2017). *op. cit.*, p. 145.

<sup>325</sup> (30/1/2017), Soraya recupera de nuevo el control sobre las televisiones. María Fernández, afín a la vicepresidenta, dirigirá el AIREM de la CNMC que supervisará el sector audiovisual. Y tendrá competencias sobre telecomunicaciones y energéticas. *ECD Confidencial Digital*. Recuperado de: <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/politica/Soraya-recupera-nuevo-control-televisiones/20170129211834084237.html>

<sup>326</sup> *Su objetivo*. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Recuperado de: <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc>

Otro rasgo que cabe mencionar, es la preocupación por parte de los trabajos de inspección de la CNMC en el enfoque de autorregulación del sector audiovisual en un sentido de actividad económica. Resulta una tarea perentoria la concienciación por parte de los órganos reguladores de la repercusión ciudadana que, en concreto, el sector televisivo, y más específicamente, el servicio público, tiene para con la sociedad española. Por consiguiente, la mínima inquietud que posee el organismo en relación a la incidencia de la dimensión cultural y de los derechos democráticos debería convertirse en el objeto central de análisis de los informes anuales para el cumplimiento de las funciones de servicio público en un sentido de comportamiento programático<sup>327</sup>. Teniendo en cuenta la redacción de su objetivo oficial, el trabajo propone una revisión de sus textos en función de las competencias que requieren de su supervisión. En este sentido, hacemos referencia a la siguiente definición “El objetivo principal de la CNMC es garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”<sup>328</sup>. En el caso del servicio de televisión pública, el destinatario es beneficiario pues no tiene otra función de mayor relevancia que la repercusión social en la ciudadanía a través de las conductas programáticas.

Respecto a las tareas indispensables de la CNMC en el fomento de la autorregulación, se ha llegado a un dictamen confuso en relación a sus resultados. En este sentido, es necesario precisar que en sus potestades de inspección se ha prestado una atención residual a la defensa de los derechos y libertades de los ciudadanos. Por el contrario, los análisis cotejan fervientemente las medidas legislativas vigentes con el comportamiento programático. De esta manera, el punto central de análisis se centra en el cumplimiento de la normativa y no realmente en la ejecución de sus funciones como servicio público televisivo. Con todo, resulta indispensable insistir en la necesaria concienciación de la repercusión social y la dimensión cultural que la televisión tiene la capacidad de divulgar como el medio número uno de información y formación ciudadana.

---

<sup>327</sup> Fernández Alonso, I. (2017), *op. cit.*, p. 145.

<sup>328</sup> *Qué es la CNMC*. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. *op. cit.*

En definitiva, los distintos frentes políticos y académicos insisten en la diversificación de las competencias que lleva a cabo la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia como órgano multisectorial. En otras palabras, resulta conveniente la puesta en marcha de la creación de un Ente autónomo especializado para el sector audiovisual al igual que ocurre en otros países europeos.



## 5. QUINTA PARTE:

### LA CULTURA TELEVISIVA. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE PROGRAMACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y FORMATIVA EN TVE



Calidad no significa siempre atender sólo a públicos minoritarios. Significa, claro, atender a esa audiencia más especializada y significa, también, buscar la atención de amplios sectores de la población. Significa convertir a TVE en un referente en el que el servicio público sea sinónimo de cultura, de buen gusto, de debate político, de objetividad, veracidad y pluralismo, de sensibilidad a favor de la innovación, de atención a la industria cinematográfica española, a la cultura, al libro; de solidaridad, de tolerancia... y de calidad con mayúsculas<sup>329</sup>.

*Carmen Caffarel*

---

<sup>329</sup> Caffarel, C. (2007). *op. cit.*, p. 166.





Históricamente, la regulación de los medios de comunicación, su implicación a nivel gubernamental y la definición de los perfiles estratégicos de programación han supuesto un motivo de inquietud para los poderes públicos. Básicamente, la elección de un modelo legitimado revela el cuadro descriptivo de las intenciones que los poderes estatales tienen con los medios de comunicación públicos a escala nacional.

En el marco de la regulación de la programación resulta de especial interés presentar brevemente los dos grandes modelos que engloban el funcionamiento de los medios de comunicación: en una vertiente, *el modelo liberal* y en la otra, *el modelo de responsabilidad social*<sup>330</sup>. Ambos formatos son modalidades absolutas, pero de las cuales derivan resultados muy remotos de las perfecciones ideales de sus definiciones.

La regulación de los medios de comunicación respecto al modelo liberal implica garantizar la seguridad y los derechos de los ciudadanos mediante el poder judicial. Las principales funciones de los métodos de difusión serían informar, entretener y controlar al Gobierno, en un contexto capitalista y comercial bajo los principios de libre competencia.

En un sentido opuesto e irreconciliable con el formato anterior se encuentra el modelo de regulación de responsabilidad social en el cual se tienen en cuenta los intereses suscitados por el entorno comercial y por las demandas de las sociedades. Por consiguiente, esta perspectiva prioriza e incorpora las funciones de los medios de comunicación de informar, entretener y controlar el cometido de formar y de difundir la cultura. Es por esto que desde el planteamiento del modelo de responsabilidad social los medios de comunicación de una sociedad son considerados como la principal fuente de acceso a la información y en consecuencia, un potente instrumento para la participación democrática<sup>331</sup>.

Por todo esto, el posicionamiento de los poderes públicos en relación con los medios de comunicación de masas resulta una cuestión de inevitable trascendencia para la cohesión social y la creación de una opinión pública frente a las sociedades democráticas. No obstante, y como se ha señalado con anterioridad la elección de uno de los dos

---

<sup>330</sup> Gavara, J. C. y Bárcena, J. M. (2013). *La autorregulación de los medios de comunicación como sistema de control*. España: Bosch, p. 26.

<sup>331</sup> *Ibid.*, p. 26.

grandes modelos no significa que los resultados tengan un efecto a imagen y semejanza con las descripciones ideales. Existe empero, un compromiso por parte de los poderes públicos de velar por los contenidos culturales específicos procedentes de los medios de comunicación y que las sociedades democráticas puedan encontrar un referente formativo de calidad. Asimismo, cabe destacar, la exigencia indiscutible de una televisión cultural para afrontar un panorama mediático imperante en el que el espectador no tiene la capacidad de contrastar la veracidad de los contenidos que obtiene a partir de una multiplicidad de fuentes en muy distintos dispositivos.

Al margen de los modelos de regulación, suscita especial interés para la investigación indagar brevemente los antecedentes a nivel internacional en relación a la diversidad cultural en la industria audiovisual.

A partir de los años sesenta la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y Diversificación, la Ciencia y la Cultura empleó parte de sus esfuerzos en dos líneas de trabajo bien diferenciadas: el informe Macbride de 1980 y la Convención sobre la Diversidad Cultural (UNESCO, 2005)<sup>332</sup>. Sin embargo, ambos documentos mantienen líneas de actuación muy dispares. En primer lugar, el informe Macbride conserva una protección férrea de los medios de comunicación masivos y contempla a la cultura como una herramienta para el desarrollo nacional y autóctono, pero desde una perspectiva marginal. De manera que, las políticas de comunicación nacionales y regionales se acreditan frente al libre flujo como un criterio de información y comunicación. En segundo lugar y en una posición opuesta, la Convención sobre la diversidad cultural consagra su interés a la cultura, mientras que, los medios de comunicación de masas reciben un tratamiento marginal. El objetivo de la Convención es minimizar el valor comercial de los bienes culturales, asimismo, el concepto de diversidad integral mantiene una casi exclusiva orientación social. El último concepto mencionado mantiene la principal pretensión de la cooperación y solidaridad entre culturas.

Más no se trata tan solo de formular un modelo aplicable, se deben abordar los resultados obtenidos de las políticas públicas en relación de la diversificación cultural. Sin

---

<sup>332</sup> Bustamante, E. (2016). Indicadores y diversidad en la industria audiovisual: la lucha por la diversidad apenas ha comenzado. En Albornoz, L., y García Leiva, M<sup>a</sup> T. (Eds.). (2016). *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. España: Cátedra, p. 139.

embargo, esta tarea resulta de especial complejidad cuando se trata de evaluar el impacto de la economía en términos de beneficios. Los sectores en los que se desarrollan la actividad audiovisual cultural son difícilmente cuantificables por su permanente estado volátil y dinámico. A pesar de ello, existe un incesante intento en sustraer conclusiones fehacientes y verosímiles de la cultura y el sector audiovisual.

Por consiguiente, resulta fundamental la investigación entre la cultura y la comunicación a través de los estímulos y las iniciativas de las prácticas de la UNESCO que “contribuyen a una bandera vital para la acción política democrática internacional”<sup>333</sup>.

Es por esto que, se considera pertinente citar unas palabras del historiador Enrique Bustamante que concluye con lo siguiente:

La cooperación cultural internacional, multilateral y equilibrada, no es la guinda del pastel de las políticas nacionales, ni la marginal labor altruista de los gobiernos, sino que debe ocupar el centro de toda política pública complementándose con políticas de diversidad global e interior, la diversidad de las naciones no es posible ni imaginable<sup>334</sup>.

En España la transmisión de los contenidos culturales desde el punto de vista televisivo ha experimentado intensas fluctuaciones a lo largo de su corta vida mediática. Desde la investigación resulta inevitable analizar la presencia de los contenidos formativos y culturales como un elemento que lejos de toda discusión debe estar bajo el amparo y el reconocimiento de las instituciones y poderes gubernamentales. La transmisión de los valores culturales mediante los canales de comunicación públicos optimizados para la ejecución de la encomienda resultan, indiscutiblemente, una inversión social para la ciudadanía.

Resulta indispensable exponer las reflexiones de Manuel Chaparro Escudero en relación a los errores y perversiones en torno al uso del servicio público:

Para nada nos estamos situando ante un contexto que interprete que el audiovisual debe convertirse exclusivamente en un gran proveedor de conocimientos olvidando otras facetas como el entretenimiento o incluso la de ser

---

<sup>333</sup> *Ibid.*, p. 155.

<sup>334</sup> *Ibid.*, p. 156.

un activo de la economía (...) En este contexto la degradación del concepto de derecho a la intimidad que hoy sufrimos en algunos programas (...) conduce a la pérdida del valor de la privacidad como conquista social (...) Conquistar audiencia a base de ofrecer las escenas y aspectos más íntimos de nuestras vidas no es entretener, sino satisfacer instintos morbosos y mezquinos que degradan nuestra consideración de ciudadanos <sup>335</sup>.

El servicio de televisión público en España tiene como principal misión cumplir las funciones de informar, educar y entretener desde el rigor, la veracidad y la pluralidad. No obstante, cabe especificar que principalmente a partir de los años noventa con la consecuente aparición de los operadores televisivos privados, en España la televisión generalista adquirió una tendencia hacia la espectacularización de los contenidos. Por consiguiente, la inclinación programática ha desplazado sin moderación las funciones informativas y formativas que la televisión como medio de comunicación tiene encomendadas por el Estado para el cumplimiento de las funciones de servicio público.

---

<sup>335</sup> Chaparro Escudero, M., Claves para entender el marco audiovisual español. Errores y perversiones en torno al uso de un Servicio Público. En García Casanova, J. y Casado, J. (2005). *El Servicio Público de la Televisión*. Granada: Editorial Universidad de Granada, p. 18.

## 5.1. Misión de la televisión cultural. Motivos de la investigación.

La magnitud y el alcance comunicativo del que dispone la televisión lo convierten en un medio competente para tareas de especial sensibilidad y esencialidad como lo son la información y la formación. Este fundamento sitúa a la televisión como una herramienta de singular fragilidad en virtud de la aplicación a la que sea sometida. De forma contundente, se considera indispensable iniciar el planteamiento con la afirmación de que la televisión como medio de comunicación de masas siempre forma y educa<sup>336</sup> y es nuestra responsabilidad qué tipo de formación se demanda y se transmite a través de pequeñas pantallas con trascendentales facultades comunicativas.

En concreto, el servicio de televisión público en España parece haber cedido en ciertos aspectos programáticos su determinante encomienda en beneficio de mayores cuotas de audiencia y en situarse en posiciones homólogas a las de sus competidores televisivos privados<sup>337</sup>.

En cierto modo, el olvido de la tarea formativa y cultural de la encomienda televisiva induce a la necesidad de recordar el poder y la capacidad de la cultura de la imagen en movimiento que se apostó en una posición hegemónica ante las configuraciones culturales de las sociedades contemporáneas. El investigador Francisco Rodríguez Pastoriza fundamenta en las siguientes palabras el papel decisivo de la televisión en relación a sus funciones culturales:

El hecho audiovisual no es una forma de comunicación más, si no el espacio central y hegemónico de la cultura de nuestros días. Las imágenes de los medios audiovisuales resultan a veces más reales que la misma realidad, y la imagen es, en la actualidad, para la mayor parte de las sociedades, un sustituto de la realidad<sup>338</sup>.

---

<sup>336</sup> Pérez Tornero, J. M. (2004). *TV Educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo*. Madrid: Fundación Alternativas, p. 11.

<sup>337</sup> Palacio, M. (2006). Cincuenta años de televisión en España. *Revista Tendencias*, vol. 6. p. 318.

<sup>338</sup> Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa, p. 29.

A partir de la afirmación “la imagen es en la actualidad (...) un sustituto de la realidad” expuesta en la cita anterior por Rodríguez Pastoriza, debemos prestar especial atención a qué realidad, o en otras palabras, qué cultura se está retransmitiendo en nuestras pantallas de televisión. Desde un enfoque de regulación de los medios de comunicación en su responsabilidad social, la televisión se constata como la principal herramienta de transmisión de valores para las sociedades y como la mayor fuente de información audiovisual ciudadana. En vista de la dimensión de la capacidad comunicativa del medio, debemos aclarar, en primer lugar, por qué consideramos de especial relevancia la misión de la televisión cultural y por ello resulta imprescindible exponer, en primera instancia, sus cometidos.

El autor José Manuel Pérez Tornero, investigador especializado de nuestro objeto en cuestión, hace referencia en sus análisis a la presencia de la Asociación Internacional de Televisión Educativa y del Descubrimiento<sup>339</sup> como un punto de partida en la materialización de la construcción de una televisión cultural a nivel internacional<sup>340</sup> y a su manifiesto a favor de la televisión educativa. En relación con nuestro enfoque, resultan de especial interés ciertas dimensiones funcionales que reivindica el documento y que recuperamos a continuación en conveniencia del entendimiento de la misión de la televisión cultural<sup>341</sup>. Los contenidos formativos, culturales o divulgativos deberían:

Contribuir a la formación de una ciudadanía democrática.

Favorecer el encuentro y el descubrimiento mutuo de personas y culturas, promoviendo la relación pacífica entre pueblos, naciones y Estados, contribuyendo a la educación por la paz y la cohesión social, y procurando disminuir las hostilidades y las desigualdades.

Desarrollar una pedagogía que estimule a participar en la vida cívica y política.

Promover la riqueza y la diversidad de las culturas y de las creencias, en sus diferentes expresiones, modos de vida, costumbres, lenguajes, patrimonio cultural.

---

<sup>339</sup> Se trata de una asociación internacional que agrupa cadenas de televisión de todo el mundo con el objetivo de promover y defender la existencia de una televisión educativa y cultural.

<sup>340</sup> Pérez Tornero, J. M. (2004). *op. cit.*, p. 11.

<sup>341</sup> *Ibid.*, p. 12.

Favorecer una educación para todos mejorando la difusión del conocimiento, contribuyendo al progreso del individuo y de la colectividad y creando el contexto adecuado para los valores educativos.

Promover la formación, facilitando la integración de las personas en el mundo del trabajo y de la vida social , así como asegurando la actualización de los conocimientos.

Difundir y estimular la ciencia, haciendo accesibles a todos el conocimiento y los avances científicos, y promoviendo ante el progreso tecnológico, una toma de conciencia atenta, constructiva y crítica.

Promover el arte y su conocimiento, estimulando la creatividad y la imaginación, y colaborando con las personas, las colectividades, las organizaciones y las instituciones del mundo artístico y cultural.

En este sentido, con la intención de mencionar distintas vertientes sobre el objeto de estudio, cabe atender a la definición que María Luisa Sevillano expone en sus textos referente a la relevante misión de la televisión cultural que se concibe como:

La base de la mejora permanente de las personas, las comunidades y los grupos humanos, necesaria con una sociedad evolucionada informatizada e incierta, en un espacio de gran presión internacional, que genera nuevas formas de pensar y encontrar plenos espacios de diálogo y vivenciación del saber-ser (...) ha de atender entre otros aspectos a su incidencia en la capacitación integral de todos los implicados, en la interiorización de los valores más emergentes y profundos, en el modo de participar y dar respuesta apropiada al reto de las nuevas tecnologías y en la necesaria evolución hacia el reto y el ámbito de un diálogo más universal, más humano y plenamente solidario<sup>342</sup>.

En definitiva, la autora mantiene la posición de reforzar los contenidos de tipo cultural como una herramienta para el desarrollo de las futuras generaciones de la Sociedad de la Información. De manera que, los contenidos de corte formativos se generalicen entre el resto de programación y sean consumidos como formatos propios y naturales del medio televisivo.

---

<sup>342</sup> Sevillano, M.<sup>a</sup> L. (Dir.). (2004). *Evaluación de programas culturales – formativos de la televisión pública*. Madrid: Dykinson, p. 15.

### **5.1.1. La encomienda cultural como elemento clave del servicio público televisivo**

Avanzando en el presente razonamiento consideramos una reflexión inevitable la similitud del cometido de la televisión cultural y formativa con los valores y obligaciones que el servicio de televisión público tiene en su legislación encomendado para cumplir con la prestación de servicio público. Por consiguiente, la presente investigación se atreve a constatar la afirmación de que la existencia de una televisión pública comprometida con el cumplimiento de las competencias de servicio público obligatoriamente debe detentar unas líneas estratégicas de programación con el objetivo claro de cumplir con las funciones de una televisión cultural de calidad. Es por esto que, debe existir una intención manifiesta por parte de todos los responsables de los poderes públicos en la recuperación y puesta en marcha de un plan estratégico televisivo para consolidar los principios de una televisión cultural y formativa en España, como una necesidad social de primer orden.

La concepción de la programación cultural y educativa a nivel global, pero especialmente en España, parece haberse desdibujado y se ha traducido en una tarea de gran complejidad encontrar e identificar los contenidos destinados íntegramente a la formación y al desarrollo de las capacidades en beneficio de los telespectadores. La televisión pública se debe concebir como un instrumento que favorezca la accesibilidad al conocimiento, a la cultura y a las disciplinas que ello implican, alejarse de los intereses empresariales y comerciales y replantearse los deseos y las tendencias de las audiencias con el objetivo primordial de alcanzar un beneficio de rentabilidad social.

Las prestaciones económicas por parte del Estado y de los operadores televisivos privados y de telecomunicaciones al servicio de la televisión pública española es una inversión sustancial para la educación y la creación de espacios de reflexión para las sociedades contemporáneas. En este sentido, se plantea una preocupación en relación a la rentabilidad comercial de las programaciones de carácter cultural y formativa por ser propensas a públicos minoritarios, sin embargo, hay varias cuestiones que aclarar al respecto. En primer lugar, se debe partir de la base de que el contenido cultural como necesidad para el cumplimiento de la función formativa no puede regirse como requisito



prioritario a partir del compromiso de la rentabilidad económica. Con todo, la programación divulgativa cultural debe adquirir la dimensión de promotora y cadena de transmisión para la prestación de las obligaciones de servicio público encomendadas a la CRTVE, sin que el interés económico se constituya como factor determinante para su emisión o no.

Con todo, en esta coyuntura subyace un problema mayor, la tendencia al ocio y al entretenimiento que en las últimas décadas se ha instaurado en cualquier oferta televisiva, ya sea pública o privada. Por consiguiente, resulta de especial complejidad exponer la misión de una televisión cultural que ha sido marginada por la incomprensión de su cometido y que resulta de imprescindible recuperación. Hay que mencionar además, que las audiencias y los públicos han asimilado la experiencia social de la televisión como un tiempo de dedicación a la diversión y al entretenimiento lo que ha suscitado un desplazamiento de la información y ha supuesto la práctica expiración de la cultura en la televisión. Todo esto parece confirmar que para que las cuotas de audiencias de los contenidos culturales aumenten se considera conveniente transformar la percepción social de la televisión como medio específicamente para el divertimento y la recreación.

Antes de entrar en detalle de la magnitud de este desafío televisivo, se debe llevar al entendimiento como la tendencia natural por la supervivencia del sistema televisivo público ha llegado a límites insostenibles en la espectacularización de sus contenidos. El modelo comercial se ha apropiado del paisaje audiovisual español, pero la responsabilidad de esta coyuntura no reside en el medio, ni en las audiencias, reside en los contenidos, en las programaciones y, en definitiva, en las autoridades públicas pertinentes.

En otras palabras, el gran desafío televisivo se encuentra en el contenido y en la configuración de la programación no en la televisión como herramienta comunicativa. Resulta reveladora, la siguiente reflexión de Pérez Tornero acerca de la afirmación de:

Si la televisión es percibida exclusivamente como medio recreativo (...) nos estamos refiriendo a un hábito culturalmente impuesto. No se trata de una consecuencia derivada de la naturaleza específica del medio. Es la percepción

social del medio la que depende del uso de este medio en una sociedad dada y no viceversa<sup>343</sup>.

Cosa distinta es, que en una sociedad de la información y del conocimiento como la que actualmente inunda nuestros medios de comunicación, la percepción cultural y educativa logre mediante el apoyo de los poderes públicos y la demanda social establecer un hábito de formación y consumo de contenidos culturales en el medio televisivo<sup>344</sup>. A pesar de que, cuanto más arraigada se encuentre la percepción del hábito de mayor complejidad será la tarea de conversión.

La cuestión determinante es el desaprovechamiento de los recursos que el medio televisivo despliega a disposición de la sociedad. Dicho de otra forma, no podemos ni debemos juzgar la potencialidad ni las posibilidades de la televisión por los contenidos en emisión de los operadores privados, y en ocasiones también los públicos, por la carencia de valores y el interés comercial de reunir ante la televisión a mayores cuotas de población. Por consiguiente, es el cometido del servicio televisivo público el que tiene que tener presente su posición en beneficio del crecimiento de las sociedades como herramienta a disposición ciudadana para el desarrollo y apoyo fundamental para el sistema educativo y cultural de un país.

### **5.1.2. Una herramienta pública a disposición de la sociedad**

En el punto en el que nos encontramos, resulta relevante poder demostrar las capacidades que la televisión como medio puede brindar a una sociedad que durante décadas ha sido atendida, partiendo de la filosofía comercial, como consumidora y no como una comunidad con derecho a recibir contenidos acorde a un servicio público de televisión. Partiendo de esta premisa, resulta conveniente comenzar con la definición del

---

<sup>343</sup> Pérez Tornero, J. M. (2004). *op. cit.*, p. 10.

<sup>344</sup> En la sociedad del conocimiento y de la información resulta indispensable que las audiencias generales tengan la oportunidad de acudir a la televisión como principal fuente de formación con el objetivo de actualizar sus conocimientos y desarrollar sus inquietudes.

concepto de programación cultural-educativa que podemos considerar desconocido por su carácter marginal para las audiencias españolas.

Conviene subrayar que la programación cultural-educativa tiene como principal objetivo la formación y la aportación al desarrollo del conocimiento. Sin embargo, esta cuestión no implica la exclusión de las funciones informativas y de entretenimiento; al contrario, la convierte en una fórmula transversal, sin perder su esencia como formato divulgativo y cultural.

Lo dicho hasta aquí supone que la programación televisiva, su forma, contenido y presencia deben estar dirigidas desde el conocimiento, la experiencia, la especialización y la percepción artística de quien es consciente de la magnitud comunicativa que la televisión ofrece como medio y de las obligaciones que el servicio de televisión público tiene encomendado respecto de sus funciones programáticas.

Por consiguiente, se presenta la necesidad de tener conocimiento del alcance en un sentido de impacto en las audiencias de la televisión generalista, que sigue siendo el *gran referente social*. En palabras del investigador Mariano Cebrián, la televisión generalista:

Provoca conversaciones y debates sobre lo mostrado, centra los temas de interés para la sociedad y orienta la opinión pública. Es generadora de cohesión social al enarbolar los ideales de la comunidad dentro de la cobertura de cada canal<sup>345</sup>.

Esta reflexión, en relación con el objeto de estudio de nuestra investigación, convierte la vertiente de corte generalista en uno de nuestros objetivos específicos de estudio. La función de la televisión, que es elaborada para las grandes audiencias se transforma en un sentido de repercusión social, o dicho con otras palabras, de rentabilidad social, en la herramienta idónea para ejecutar de manera eficiente la prestación de las obligaciones de servicio público. De acuerdo con lo expuesto, la formación y la transmisión de la cultura a través de cadenas generalistas se traduce en un objetivo de gran importancia. No obstante, no solo podemos declarar a los contenidos

---

<sup>345</sup> Cebrián, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica, p. 300.

culturales como programación prioritaria en las cadenas generalistas, sino decisiva en las cadenas generalistas públicas.

Con todo, la tendencia actual de consumo televisivo a través de las plataformas de video bajo demanda, las plataformas digitales que han personalizado el manejo de la oferta televisiva, la individualización de los contenidos a través de los canales temáticos y de las catalogaciones cada vez más adaptadas a la particularidad de los gustos del usuario han propiciado una fragmentación de las audiencias que no incentivan la cohesión social de los individuos.

Todas estas observaciones se relacionan en un sentido directo con las obligaciones que los poderes públicos tienen en relación a recibir las demandas de la ciudadanía y a traducir en lenguaje legislativo las pretensiones sociales que los públicos reivindiquen a los medios de comunicación. Por todo esto, es una cuestión decisiva que las autoridades que regulan y velan por el cumplimiento de las funciones de los operadores televisivos, tanto públicos como privados, vigilen y apliquen las normativas vigentes correspondientes con el objetivo de garantizar los beneficios sociales y no transgredir los umbrales para una programación de calidad.

Por consiguiente, con la intención de recuperar la afirmación inicial de que la televisión siempre educa, se considera perentorio que el rendimiento formativo televisivo resulte provechoso con el fin de contribuir a la construcción de las mentes ciudadanas democráticas, el desarrollo de los individuos y la transmisión del conocimiento a través de los medios de comunicación.

## 5.2. Programación televisiva de carácter cultural y formativa

Partiendo del concepto razonado de TV cultural, y con la intención de sintetizar y concretar el método programático más adecuado para la prestación formativa, se ha optado por la programación cultural como el contenido de mayor representatividad de la función educativa. Al mismo tiempo, la función divulgativa y cultural supone un tercio de las funciones asignadas a la televisión estatal.

Conviene subrayar, que la naturaleza de la programación como disciplina supone la implicación que un formato o un contenido estructurado provoca en la realidad inmediata a la que está dirigida. Un proceso de especial complicación si tenemos en consideración que el resultado que se desea obtener es la consecución de una tarea de divulgación y de enseñanza.

En el marco de conocimiento de la comunicación, las definiciones de los términos *cultural* y *educativo* en lo referido a cuestiones de programación televisiva han supuesto un motivo de debate entre distintos autores e investigadores. La dimensión cognitiva de lo cultural y educativo puede considerarse como un elemento presente en multiplicidad de programaciones de muy distinta naturaleza, no solo divulgativas, también informativas y de entretenimiento. De donde se infiere que, se haya convertido en una tarea de gran complejidad el desarrollo de las capacidades para identificar los límites entre las distintas funciones televisivas. Conviene subrayar, que las decisiones en las clasificaciones de las programaciones poseen un carácter subjetivo dependiendo de las diferentes percepciones de los sujetos que lo contemplan. Lo anterior no quiere decir que el estudio no sea capaz de establecer una definición concreta para la programación de carácter cultural, sino que resulta de gran complejidad acotar términos como “cultura”, “formación”, “educación”, “conocimiento” en contenidos televisivos. Por consiguiente, trataremos de llegar a un entendimiento conciso y convincente para evitar, en la medida de lo posible, motivos de ambigüedad en nuestro objeto de estudio.

En la consecución del análisis, se expone que la intención programática consiste en la estrategia de difusión de los valores que representa la marca de una cadena televisiva. Este aspecto realmente establece un punto de inflexión en nuestro ensayo, el contenido transmitido se traduce en la repercusión social que el mensaje suscita en los telespectadores y representa de forma materializada las intenciones programáticas del servicio televisivo. Los programadores deciden qué tipo de formatos, qué diseños, los contenidos, el enfoque programático, en definitiva, la percepción de los valores de las cadenas por parte de las audiencias. Más no se trata tan solo de las actuaciones de la labor programática, sino de los diseños de las líneas estratégicas de programación que alzan por bandera los operadores televisivos. En un sentido de pura racionalidad y considerando las reflexiones expuestas en este trabajo, debería existir una diferenciación específica entre la programación de la televisión pública respecto a la de carácter puramente comercial.

Por consiguiente, resulta inevitable una reflexión que refleja la cuestión planteada en la hipótesis de este trabajo, el servicio público de televisión tiene la responsabilidad de elaborar un diseño de emisión de contenidos que propicien la producción de programas y formatos que obedezcan las funciones de servicio público. Asimismo, la labor de conversión comienza en el compromiso del diseño de unas líneas estratégicas de programación de corte cultural que susciten el interés de las audiencias y desarrollen el poder educativo mediante la dimensión comunicativa de la televisión. Tal y como expone José Manuel Pérez Tornero “un espectador contemplando un programa sugerente e inteligente ve estimuladas sus ideas, su imaginación y ampliado su conocimiento”; por el contrario, en detrimento de la tendencia actual televisiva, afirma que “solo un programa adocenante le puede someter a la pasividad intelectual”<sup>346</sup>.

En consonancia con el sentido que configura la existencia de la programación cultural, debemos recuperar el término de rentabilidad social, que a nuestro juicio cobra una posición relevante en lo referente al conocimiento programático. La repercusión a favor del desarrollo cognitivo de las audiencias se convierte como objeto final de los contenidos televisivos que conforman la función formativa y cultural de la televisión pública.

---

<sup>346</sup> Pérez Tornero, J. M. (2004). *op. cit.*, p. 10.

En el caso de las televisiones privadas, el servicio, la misión y, por supuesto, el modelo programático se confecciona entorno al concepto de rentabilidad económica. Sin embargo, cabe destacar que todas las cadenas y operadores televisivos, sean de carácter comercial o no, emplean material y contenido programático cultural con el objetivo de generar una repercusión que sea reconocida como rentabilidad social y que otorgue valor de marca al resto de su entramado programático. Sencillamente, este tipo de contenido se gestiona como una muestra que acredita la preocupación social de la cadena mediante estrategias de promoción, pero que en ningún caso puede considerarse suficiente para la denominación de una televisión de carácter cultural o de rentabilidad social.

De manera análoga, el servicio público de televisión en España, en un intento de mantener una posición competitiva frente al resto de operadores comerciales, ha catapultado la programación pertinente a su función formativa a horarios marginales, con presupuestos irrisorios que han situado al contenido cultural en el camino de la extinción<sup>347</sup>. La dominación de la lógica comercial que sobrevuela el panorama audiovisual y el inmovilismo por parte de los poderes públicos han activado la alarma social ante la programación actual, de manera que, en nuestros días se exige un servicio público televisivo con una potente vertiente cultural<sup>348</sup>.

En este sentido, académicos de la programación televisiva como José Miguel Contreras y Manuel Palacio niegan la existencia de modelos de programación y concepciones diversas de la práctica profesional programática. Básicamente, los autores consideran que:

Lo que con frecuencia se denomina modelo público y modelo privado no son más que distintas fases de un proceso de industrialización de la fuerza del trabajo del quehacer programativo<sup>349</sup>.

Y que por ello, los modelos de programación de las televisiones públicas y de las televisiones privadas pueden ser fácilmente aplicables indistintamente en sus espacios de emisión. Resulta de especial interés para nuestro estudio la negación de que existan

---

<sup>347</sup> Gutiérrez Lozano, J. F. (2002). La divulgación científica en la programación de las televisiones generalistas. *Comunicar*, n.º 19. p. 47.

<sup>348</sup> *Ibíd.* p. 47.

<sup>349</sup> Contreras, J. y Palacio, M. (2003). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis, p. 32.

modelos generalmente aceptados y normalizados en cuanto a géneros programáticos. Por consiguiente, en próximos apartados, resulta indispensable para el análisis del objeto específico de estudio una exploración de las diferentes categorizaciones de programación cultural y formativa existentes con el propósito de comprender las distintas vertientes según su funcionalidad y sus autores.

### **5.2.1. La intención programática de los contenidos culturales**

En el caso del servicio de televisión pública, a raíz de la encomienda por parte del Estado a la CRTVE de la misión como operador único de prestación de servicio público y de su intrínseca naturaleza, tiene como obligado cumplimiento la concepción de servicio público en su modelo programático. El cometido último de la Corporación es la ejecución del compromiso oficial de sus funciones a nivel informativo, educativo o cultural y de entretenimiento. La supremacía comercial a fin de maximizar los beneficios de carácter económico no puede imperar ni influir en las decisiones de las líneas estratégicas de programación que la Corporación de RTVE debe elaborar a fin de identificar la repercusión social de sus contenidos.

Antes de comenzar con el desglose de los conceptos de programación cultural se considera de indispensable interés exponer el método de actuación mediante el cual la programación televisiva suscita una percepción u otra en el espectador. Por consiguiente, se considera indispensable partir de la afirmación de que el discurso televisivo se ha distorsionado en una predisposición al ocio y al divertimento que ha sido resultado del tratamiento del espacio enunciativo y del dato anunciado.

La transmisión del mensaje televisivo manifiesta su intención a través del formato, del diseño y de la intención narrativa. Las líneas estratégicas de programación elaboran los planteamientos de los principios básicos de las programaciones de las cadenas televisivas, es por esto que, consideramos que la cuestión fundamental para la prestación de contenidos reside en la configuración de las líneas estratégicas de programación. La



percepción subjetiva de los contenidos por parte del espectador se encuentra influenciada por varios elementos: el espacio enunciativo que redimensiona el dato anunciado a través de la escenificación y el tratamiento de la narración suplantando así la nueva realidad a la cosa sucedida<sup>350</sup>.

De manera que, resulta inevitable que el producto de la creación de realidades para llevar a cabo la escenificación de los elementos tergiverse el texto percibido por el telespectador que tendrá la capacidad de generar su propia imagen del contenido. En palabras de García Casanova, el sujeto “se encuentra inmerso en esta nueva realidad, la creada en la representación, y es abducido por la compleja estructura del medio, que le hace difícil, cuando no imposible, la toma de distancia para la emisión de un juicio racional y sentimental”<sup>351</sup>. En consonancia con lo expuesto, la incidencia del esquema de recepción referenciado sostiene los efectos de las teorías apocalípticas en la negación del desarrollo de las capacidades intelectivas del sujeto. En otras palabras, parece que el sujeto queda inhabilitado en el desarrollo de sus capacidades intelectuales ante la recepción de los contenidos por el medio visual<sup>352</sup>.

Con todo, avanzando en el trabajo de estudio, se debe admitir por el momento que la negación de las capacidades intelectivas ocurren cuando el contenido emitido está enfocado hacia la vertiente del entretenimiento y del ocio, pero que sin embargo, se efectúa un desarrollo cognitivo cuando la programación tiene como objetivo esencial el desarrollo de las capacidades intelectivas del telespectador.

En definitiva, nuestro trabajo propone que la programación televisiva orientada al entretenimiento niega, a favor de lo expuesto en las teorías culturales apocalípticas, el desarrollo y la evolución intelectual del individuo mediante la realidad televisiva enunciada. Por el contrario, la programación de corte cultural favorece el fomento de las habilidades cognitivas y, por lo tanto, el crecimiento intelectual del sujeto mediante lo representado<sup>353</sup>.

---

<sup>350</sup> Prólogo de Juan Francisco García Casanova. EN García, J. y Casado, J. (2005), *El servicio público de la televisión*. Granada: Universidad de Granada, p. 13.

<sup>351</sup> García, J. y Casado, J. (2005), *op. cit.*, p. 13.

<sup>352</sup> Gutiérrez Lozano, J. F. (2002). *op. cit.*, p. 45.

<sup>353</sup>

Más no se trata tan solo de la interpretación de lo establecido, toda esta argumentación se encuentra intrínsecamente relacionada con las tendencias actuales de los medios de comunicación generalistas hacia el entretenimiento. Las estrategias de programación se han doblegado por lo que comúnmente se conoce como “las figuras de lo mismo”<sup>354</sup>, es decir, el éxito de las audiencias se ha fundamentado en torno a la repetición de contenidos muy semejantes entre sí. Los formatos, los diseños, las intenciones se encuentran basadas en programas de éxito, que han funcionado entre los públicos, testados comercialmente y cuya influencia ha impregnado al resto de géneros. Por consiguiente, el proceso de homogeneización de la labor programática televisiva parece de especial complejidad cuando se intenta aplicar a los formatos culturales y formativos por lo que son desplazados de las parrillas con mayores índices de audiencia lo que propicia el desconocimiento de los mismos por parte de las audiencias.

Ahora bien, la tendencia de consumo actual en la que el espectador decide el contenido y rompe con la corriente del *couch potato*<sup>355</sup> como modelo unidireccional televisivo. En consecuencia, lo que se debe fomentar desde las estrategias televisivas es la inquietud en el telespectador de promover la voluntad hacia la búsqueda de la programación cultural desde el deseo de aprovechar estos recursos.

En apartados anteriores hemos expuesto el necesario desempeño de las funciones de una televisión cultural que se sintetizan en el cometido formativo y divulgativo de la televisión. Con todo, la misión es peliaguda, y resulta una ardua tarea de análisis descubrir e identificar qué programas tienen como responsabilidad primordial la transmisión de conocimiento para la construcción de espacios para la reflexión y el desarrollo del individuo. Por consiguiente, se considera una tarea imprescindible exponer las distintas definiciones sobre programación de carácter cultural e informativa que prestan algunos autores y académicos.

---

<sup>354</sup> García, J. y Casado, J. (2005), *op. cit.*, p. 14.

<sup>355</sup> Este término fue acuñado en referencia a la figura del espectador en el modelo comunicativo unidireccional. El concepto expone la inmovilidad del telespectador frente a los mensajes ofrecidos por los medios de comunicación, que ante el panorama interactivo audiovisual ha evolucionado hacia vertientes multidireccionales.

En la investigación conjunta sobre la evaluación de programación cultural de la televisión pública en España presentada bajo la dirección de María Luisa Sevillano, se constituyen tres definiciones<sup>356</sup> de interés comparativo para nuestro trabajo. En primer lugar, se expone el concepto de programa informativo como aquellos que:

Permiten ampliar y asentar conocimientos, dan base para aprender algo, tratan los temas con seriedad (...) completan la formación intelectual de las personas (...) y que al terminar hagan reflexionar a los espectadores.

En segunda instancia, se presenta la definición de programas culturales aquellos que “hacen disfrutar, enseñan y enriquecen la cultura (...) tratando no solo de enseñar, si no de mostrar, ilustrando a los espectadores”; y, por último, el complejo concepto de las dos definiciones anteriores, el programa formativo-cultural se entiende como “convergente de la cultura y la enseñanza. Unen la seriedad al entendimiento, combinan aspectos estrictamente culturales con los más sociales, atraen la atención por la variedad” de manera que, muestran y educan, en definitiva, “representan una mezcla de difusión cultural centrada en formar y aportar información”.

En un sentido puramente conceptual y a partir de las definiciones expuestas, se pueden extraer consideraciones tales como que los contenidos culturales tienden hacia la faceta del ocio y del entretenimiento y que, en cambio, la programación formativa contiene una intención más seria y formal. En el presente trabajo de investigación se considera que la difusión cultural y la formación construyen un formato integral. De manera que presentar los contenidos de forma atractiva no es un sinónimo de menosprecio hacia el conocimiento y que la seriedad en la exposición del texto no es estrictamente necesaria para evitar la pérdida del rigor científico.

En numerosas ocasiones y al partir de que *cultura* y *formación* son dos conceptos difícilmente calculables, en ocasiones se plantea la premisa sobre si es necesaria una diferenciación entre programación cultural y programación formativa. De manera que, el razonamiento de la investigación radica en que son términos homólogos. En un sentido de conceptualización, podemos sostener que la programación de tipo cultural en algunas ocasiones puede tener una tendencia mayor a la educación o a la formación y en otros

---

<sup>356</sup> Sevillano, M.<sup>a</sup> L. (Dir.). (2004). *op. cit.*, pp. 217-218.

momentos, una tendencia mayor a la exposición o hacia lo divulgativo, pero que permanecen vinculadas en la misma categoría.

Razón por la cual, podríamos hablar de *programación cultural, formativa, divulgativa* o *contenidos culturales-formativos* para hacer referencia a aquella programación de corte generalista, para todos los públicos, que tiene como finalidad primordial el desarrollo de las capacidades intelectuales del sujeto con la intención de aumentar su capacidad crítica. El propósito final de este tipo de programación es cumplir con la función de formar, pero no mantiene al margen de su creación la función informativa y de entretenimiento consideradas necesarias para generar un formato integral que resulte constructivo y atractivo para el público televisivo.

Avanzando en nuestro análisis y antes de establecer una clasificación propia de los contenidos culturales se considera imprescindible exponer los modelos televisivos en los que la televisión divulgativa presenta una funcionalidad preponderante. De manera más concreta y a partir de las formulaciones de José Manuel Pérez Tornero podemos discernir entre cinco modelos diferenciados<sup>357</sup>. En primer lugar, la *televisión escolar*, entendida como aquella que cumple las funciones del sistema educativo de un país, que bien puede funcionar como una extensión de la formación educativa o sencillamente, sustituirla; la *televisión de formación profesional*, dirigida a la adquisición de competencias profesionales enfocada a jóvenes y adultos; la *televisión del conocimiento*, dedicada a un público general que consume contenidos de divulgación científica y cultural y contenidos para la educación y la formación; la *televisión científico cultural-generalista*, ofrece una variedad de contenidos para todos los públicos y responde, principalmente a los intereses culturales de la sociedad<sup>358</sup>; la *televisión científico cultural-temática*, dirigida a públicos específicos dependiendo de los géneros o los temas, de modo que se amplía el espectro de canales; y por último, la *televisión infantil*, en la que los niños se convierten en una audiencia privilegiada para la formación mediante el entretenimiento. Cabe decir, que se trata de una clasificación específica entre otras, sin embargo, hemos encontrado de especial interés la tipificación establecida entre la naturaleza de cada estamento por tratar cuestiones en la transmisión de contenidos y diferenciaciones por edades de las audiencias.

---

<sup>357</sup> Pérez Tornero, J. M.<sup>a</sup>. (2004), *op. cit.*, p. 17.

<sup>358</sup> Los intereses culturales incluyen artes, ciencias, literatura, política, formación ciudadana, etc.

Por todo esto, una vez expuestos los modelos de televisión educativa podemos constatar que la televisión de corte cultural que lidera el objeto de estudio de este trabajo se afianza sobre la base de una televisión científico cultural-generalista. Fundamentalmente, este pensamiento se manifiesta en los rasgos que caracterizan el servicio de televisión público en España, en otras palabras, todos los formatos para un público lo más amplio posible. Existe empero, la identificación de ciertos aspectos y funciones que la televisión del conocimiento podría aportar a la programación televisiva cultural en España en un sentido de dar respuesta a las demandas ciudadanas de los telespectadores en un sentido de aprendizaje específico de ciertos servicios y disciplinas.

En definitiva, la programación cultural atiende a la función de mayor desconocimiento del medio de comunicación televisivo, la formación. Sin embargo, no se trata de un diseño de programa enfocado a una televisión escolar, ni de formación profesional, ni para una audiencia estrictamente infantil, se trata de una programación de corte generalista que tenga como objetivo desarrollar interés mediante el fomento del conocimiento y los valores de nuestra cultura. La televisión formativa en España no tiene como misión esencial sustituir al sistema educativo del país, tiene como misión despertar las inquietudes en las audiencias para propiciar un fortalecimiento del sistema educativo e impulsar el desarrollo de los valores culturales para lograr una mayor cohesión social y potenciar los valores de las sociedades democráticas.

Con todo, cabe recordar que la identificación de los límites de lo que es considerado programación cultural de lo que no lo es, se traduce en una actividad de especial complejidad. Por consiguiente, a continuación se ha considerado conveniente presentar diferentes clasificaciones con el propósito de elaborar o seleccionar una disposición de los contenidos culturales e informativos que resulten idóneos para la consecución de nuestro objeto de estudio específico.

### 5.2.2. Clasificación de la programación televisiva de carácter cultural

El siguiente punto trata de abordar las diversas clasificaciones que el medio televisivo ha construido en torno a los contenidos de corte cultural. Existe una dificultad intrínseca para discernir del escenario programático cuáles son los programas de corte formativo y cultural. Con todo, debemos intentar arrojar luz a la pregunta que debemos formular: ¿Qué géneros y formatos cumplen la función esencial de formar y de transmitir contenidos de carácter cultural?

En relación a esta cuestión y lo complejo que resulta cuantificar o categorizar la programación televisiva, hay que mencionar además, que gran parte de los académicos de la programación comparten la creencia de la imposibilidad de una clasificación única de la programación televisiva. La diversidad de referentes y puntos de vista suscita un gran número de disconformidades en la categorización de los contenidos televisivos<sup>359</sup>.

De manera específica, la cultura y la formación están presentes en todas las programaciones, sin embargo, la naturaleza comercial que gobierna las políticas televisivas han desplazado los contenidos específicamente culturales y formativos a su mínima expresión. Con todo, podemos identificar en las parrillas televisivas contenidos culturales camuflados, en la mayoría de las ocasiones, por géneros con claras intenciones informativas o de entretenimiento.

La dificultad que concierne a los límites de nuestro objeto de estudio es propiciada por la complejidad de sus conceptos asociados. Por un lado, el concepto de cultura resulta a denominación movedizo y cambiante y, como hemos expuesto en apartados anteriores, no hay unos límites específicos que designen los contenidos o temas que son considerados culturales de los que no lo son. Por otro lado, el epígrafe anterior iniciaba su exposición con la afirmación de que la televisión siempre educa<sup>360</sup>. La constatación de que cualquier

---

<sup>359</sup> Prado, E. (1992). Tendencias Internacionales de programación televisiva. *Telos*, n.º 31, p. 68.

<sup>360</sup> Pérez Tornero, J. M.<sup>a</sup>. (2004), *op. cit.*, pp. 10-11.

contenido presta en mayor o menor medida la funcionalidad formativa se postula ante nuestra tarea de categorización como un vasto impedimento.

Lo expuesto arriba no quiere decir que no existan clasificaciones lo suficientemente válidas, sino que, efectivamente, las categorías difieren considerablemente unas de otras. Por esta razón, hemos considerado necesario realizar una exposición de las categorizaciones de mayor utilidad y cercanía en lo relativo a nuestro objeto de estudio específico.

En este sentido, resulta conveniente analizar los criterios de clasificación de Televisión Española como referente, indiscutiblemente, necesario aunque no por ello resulte ser el de mayor validez. No obstante, desde un punto de vista funcional dota a la investigación de gran utilidad.

Por consiguiente, resulta conveniente comenzar esta exposición con la clasificación que realiza la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Desde el enfoque del órgano regulador competente, se establece la siguiente categorización<sup>361</sup> para poder estudiar las líneas estratégicas de programación con el objetivo de identificar el nivel de cumplimiento del servicio público televisivo:

Programación de carácter informativo

Programación de carácter deportivo

Programación destinada al entretenimiento

Programación de carácter institucional

Programación de carácter infantil y juvenil.

Programación de carácter cultural-educativo

En la subdivisión de categorías de la CNMC se ha realizado una distinción en función de los géneros contemplados en la programación que pueden resultar de mayor utilidad para determinar la prestación de las funciones de servicio público. En el informe se contempla la misión de programación de carácter cultural-formativa como:

---

<sup>361</sup> Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación Radio y Televisión Española y su financiación, años 2015 y 2016. 28 de marzo de 2018. p. 118.

El fomento, la protección y el desarrollo de la cultura en todas sus variables (...) como aspecto consustancial de la televisión pública. Son constantes las alusiones a esta en las misiones de servicio público de la CRTVE que van desde la necesidad de desarrollar una programación cultural que enfatice la diversidad, el conocimiento y el desarrollo de una identidad común, a otras obligaciones específicas “de hacer” por la CRTVE en los distintos ámbitos culturales<sup>362</sup>.

En la definición de los contenidos culturales elaborada por la CNMC, se referencia específicamente a este tipo de programación como precursora para el cumplimiento de las misiones de servicio público. Además, elabora una subdivisión entre lo cultural y lo formativo, sin embargo, ante la similitud y cercanía de sus funciones mantiene ambos contenidos concentrados en la misma clasificación. Hay que mencionar además, que en el posterior análisis del año 2016 haremos uso de datos proporcionados por el Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público en los que mantiene dicha diferenciación.

En lo referente a fuentes bibliográficas especializadas en el estudio de los contenidos televisivos y en específico de la programación cultural, la investigadora Soledad Ruano, establece su propia categorización. Existe, empero una preocupación por parte de la autora en la dificultad de establecer delimitaciones firmes de las fronteras de lo considerado contenido cultural, pues asegura que la cultura puede existir en cualquier formato y mediante multitud de fórmulas.

Conviene subrayar, que la autora de referencia en la siguiente exposición elabora una clasificación en la que no prioriza la misión preferente del formato, sino que incluye los programas que contienen elementos culturales a pesar de, indistintamente, cumplir las funciones de información, formación y entretenimiento. De manera que, la división se establece de la siguiente forma:

Cinematográficos / Concursos / Concurso – Gran Formato (Reality Show) / Culturales / Deportes / Divulgativos / Documentales / Entretenimiento / Humor / Ficción – Series / Infantiles y Juveniles / Informativos / Late Show – Info Show / Magazines / Musical / Sucesos – Reality Show / Talk Show / Otros (taurinos, religiosos...) <sup>363</sup>.

---

<sup>362</sup> Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, (2018). *op. cit.*, p. 121.

<sup>363</sup> Ruano López, S. (2009). *Contenidos culturales en las televisiones generalistas. Análisis de los formatos televisivos de las cadenas públicas y privadas*. Madrid: Fragua, p. 113.



A raíz de la exposición de la anterior categorización hemos procedido a la identificación de tres fórmulas que se han considerado de particular interés para nuestro objeto específico de estudio: los formatos culturales, divulgativos y documentales. Con el propósito de extraer los fundamentos básicos de las estructuras programáticas identificadas hemos recuperado sus definiciones con la finalidad de nutrir nuestro análisis de otros planteamientos.

En relación al concepto de formato cultural, el término plantea toda aquella programación que se refiere a la formación de las audiencias para su desarrollo crítico<sup>364</sup>. Asimismo, la investigadora infiere que los públicos objetivo de este tipo de formatos suelen ser minoritarios y el beneficio de la cadena suele adquirir un perfil de rentabilidad social, además de que otorgan imagen de marca a la cadena. A partir de la conceptualización de esta clasificación se establece una diferenciación de mayor concreción<sup>365</sup>:

Programas de información cultural

Programas para el fomento de la lectura

Programas dedicados de forma exclusiva al teatro

Programas de tendencias del arte contemporáneo

En lo que se refiere a los formatos divulgativos, se tendrá en consideración aquella programación destinada a la formación y al enriquecimiento intelectual de las audiencias. En esta clasificación existe una subdivisión que depende de la orientación de los contenidos a transmitir:

Programas divulgativos de prácticas sociales: cocina, salud, medioambiente, decoración, bricolaje, ocio.

Programas divulgativos de la cultura popular

Programas divulgativos de conocimiento o científicos: ciencia y tecnología

---

<sup>364</sup> Ruano López, S. (2009). *op. cit.*, p. 146.

<sup>365</sup> *Ibid.*, pp. 147-150.

Por último, encontramos en la catalogación el formato documental<sup>366</sup>. De manera que se establece el razonamiento de que existen tantos tipos de documentales como disciplinas científicas o artísticas:

Documental científico o de investigación

Documental geográfico, de naturaleza y animales

Documentales históricos, arte y biográficos

Documental de información política, social y cultural

En referencia a la ordenación de contenidos anteriormente expuesta, el término de formatos divulgativos suscita especial interés de reflexión para nuestro estudio. Al mismo tiempo, que entendemos que los formatos culturales y documentales generan un desarrollo cognitivo para la opinión crítica. En el caso de los formatos divulgativos el objeto del mismo alude a contenidos prácticamente instructivos que podrían ser buenamente sustitutivos de unidades propiamente didácticas. La construcción de nuestro planteamiento se afianza sobre la base de que la programación de carácter cultural mediante una vertiente ilustrativa debe constituirse como un elemento revelador para el desarrollo intelectual de las audiencias.

Por lo que se refiere a otras vertientes bibliográficas especializadas, resulta de imprescindible exposición la clasificación formal de programas culturales-formativos, en el caso concreto de Televisión Española, elaborado por el equipo de investigación liderado por María Luisa Sevillano. Cabe señalar, que en la siguiente categorización resulta en ocasiones confuso el criterio de clasificación debido a la partición que se establece entre formatos según su diseño o estilo y entre las intenciones de contenidos. En primera instancia, se lleva a cabo una diferenciación entre la programación cultural y los programas educativos obedeciendo en parte a otros modelos de clasificación anteriormente expuestos. En el extremo de los programas de la subdivisión cultural podemos encontrar las siguientes secciones<sup>367</sup>:

Documentales y reportajes

Programas de divulgación científica

---

<sup>366</sup> *Ibid.*, pp. 180-201.

<sup>367</sup> Sevillano, M.<sup>a</sup> L. (2004). *op. cit.*, p. 81.

Programas de contenido religioso

Programas dedicados a nuestros pueblos

Programas divulgativos de concienciación social

Programas musicales – que forman parte de los programas culturales

Programas deportivos

Programas que nos acercan a otras culturas

Por consiguiente, podemos considerar que las clasificaciones, en ocasiones, necesitan, de variables no equiparables entre ellas para poder abarcar la totalidad de una programación muy diversa. En este sentido, se entremezclan categorizaciones como la forma en que es presentada la programación, los contenidos, la funcionalidad del espacio audiovisual, temáticas específicas que constituyen un enfoque de gran magnitud y difícilmente abaricable en la identificación de programas en parrillas de programación de gran complejidad.

En última instancia, se considera de indispensable exploración la clasificación del Ente televisivo público, la Corporación de RTVE. La Web de [rtve.es](http://www.rtve.es) determina una división general de los contenidos para que sus usuarios encuentren de una forma sencilla y simplificada la programación demandada<sup>368</sup>:

Informativos

Música

Series

Archivo

Magacín

Documentales

Deportes

Cultura

Ciencia y tecnología

---

<sup>368</sup> Web de [rtve.es](http://www.rtve.es) (28 de febrero de 2019). Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/>

A partir de esta referencia, podemos advertir como la clasificación establece una combinación entre géneros comúnmente aceptados como *Informativos o Documental*, y temáticas concretas según su materia *Ciencia y Tecnología o Cultura*.

Al mismo tiempo, con la intención de someter la clasificación a un mayor grado de concreción en la búsqueda de los contenidos, la Web de rtve.es *A la carta* dispone ante el espectador una segunda categorización para poder identificar el contenido deseado. El filtrado de la programación debe ser muy efectivo dado que, debe concretar la búsqueda a lo largo de la extensa oferta de programas que el servicio televisivo público emite en la actualidad y que, adicionalmente, ha ido acumulando en las últimas seis décadas como patrimonio audiovisual. Por consiguiente, se establece la siguiente configuración<sup>369</sup>:

---

<sup>369</sup> A la Carta, Todos los programas, Web de rtve.es. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/programas/todos/todos/1/>

- |                               |                     |                       |
|-------------------------------|---------------------|-----------------------|
| - <i>Ciencia y tecnología</i> | - <i>Cine</i>       | - <i>Religiosos</i>   |
| - <i>Cultura</i>              | - <i>Deportes</i>   | - <i>Archivo</i>      |
| - <i>Entretenimiento</i>      | - <i>Infantiles</i> | - <i>Documentales</i> |
| - <i>Humor</i>                | - <i>Recetas</i>    | - <i>Filmoteca</i>    |
| - <i>Otros programas</i>      | - <i>Concursos</i>  | - <i>Informativos</i> |
| - <i>Viajes</i>               | - <i>Educación</i>  | - <i>Música</i>       |
|                               | - <i>Magacín</i>    | - <i>Series</i>       |

Cabe destacar, que a partir de la clasificación se produce una ramificación en determinados contenidos que pueden ayudar al espectador en su tarea de identificación de los programas, es el caso de material de *Archivo*, los *Documentales*, la *Filmoteca*, *Informativos* o la *Música*. Baste como muestra, el apartado de *Documentales* que desglosa sus contenidos en *actualidad*, *artes*, *biografías*, *ciencia y tecnología*, *culturas*, *deportes*, *gastronomía*, *historia*, *naturaleza* y *viajes*.

En relación con el estudio que nos ocupa, la programación de índole cultural-formativa, en una primera reflexión del referido planteamiento, podría encontrarse en las siguientes categorías: *Ciencia y Tecnología*, *Cultura*, *Otros Programas*, *Viajes*, *Educación*, *Magacín* y *Documentales*. Ahora bien, conviene subrayar, que la evaluación de parte de estos niveles como *Magacín* u *Otros programas* resultan categorías equívocas para la identificación de la programación de índole cultural-formativa.

A raíz de la visión en la configuración que la Corporación de RTVE establece con el objetivo de organizar y ordenar sus contenidos podemos concluir una serie de apreciaciones. En primer lugar, se determina una mezcla heterogénea entre lo que son materias concretas como recetas, ciencia y tecnología, etc.; los géneros comúnmente conocidos, como cine, informativos, etc.; los formatos, en el caso de magacín o concurso, y otros conceptos como el Archivo o la Filmoteca. En este sentido, resulta de relevancia contemplar como determinados programas de especial dificultad en su clasificación han sido unificados en un nivel denominado *Otros Programas*. Este tipo de gradación resulta improcedente por el nivel de imprecisión que conlleva y en el que hemos podido constatar que se encuentran programas del tipo loterías o sorteos que podrían ser catalogados en otras clasificaciones ya expuestas como *Concursos* o *Entretenimiento*. Hay

que mencionar que, la identificación de conceptos que son ubicados en las catalogaciones por el interés específico que suscita en los públicos en un periodo televisivo determinado. De forma que, baste ilustrar esta declaración mediante el ejemplo de *Recetas*, temática que en los últimos años ha ocupado funciones de entretenimiento y franjas de prime time. Se debe agregar que, en la clasificación ofrecida por la CRTVE se contemplan términos conocidos y convencionales en el lenguaje televisivo que resultan de sencillo reconocimiento por los telespectadores.

Por último, se ha considerado una clasificación de los contenidos por género y especialidad que, probablemente, represente con claridad una ordenación valiosa para el trabajo. Esta categorización es utilizada en la documentación interna de RTVE y ha sido localizada a través del material de programación que la Corporación ha cedido en particular a esta investigación. La ordenación que nos disponemos a presentar está dotada de una mayor funcionalidad para el manejo de los datos y de los programas:

| <b>Culturales</b>  | <b>Información</b> | <b>Entretenimiento</b> | <b>Ficción</b>   |
|--------------------|--------------------|------------------------|------------------|
| Documentales       | Diaria             | Docu-soap/Docu-drama   | Largometrajes    |
| Divulgativos/otros | Especializada      | Gala/Festival          | Miniseries       |
| Educativos         | Eventos especiales | Humor                  | Series           |
|                    | Opinión            | Magazine               | Gran Formato     |
|                    | Rep. de actualidad | Variedades             |                  |
| <b>Toros</b>       | <b>Religiosos</b>  | <b>Artes Escénicas</b> | <b>Concursos</b> |
| Programa Taurino   | Acontecimientos    | Teatro                 | Conocimientos    |
|                    | Programas          | Ópera                  |                  |
| <b>Deportes</b>    | <b>Música</b>      |                        |                  |

|  |            |  |  |
|--|------------|--|--|
|  | Conciertos |  |  |
|  | Programas  |  |  |

Cabe destacar, que en la última clasificación expuesta se mantienen independientes los programas religiosos, los toros, la música o las artes escénicas<sup>370</sup>. Sin embargo, el género cultural y sus especialidades comienzan a adquirir un denominador común para la investigación: divulgación y educación.

La ordenación y diferenciación de los contenidos es una tarea que conlleva niveles de análisis, en ocasiones tediosos, motivados por la diversidad de los formatos, el enfoque de los contenidos, la definición de las temáticas y la pluralidad de los públicos. No obstante, a pesar de los inconvenientes que se generan en la ardua tarea de la categorización programática, nuestro planteamiento exige una aproximación de conformidad y el acatamiento en un sentido de prevención en las combinaciones entre distintas categorías de género, formato, materia y público.

---

<sup>370</sup> Las clasificaciones han sido obtenidas a partir de las tabulaciones de programación total cedidas por la CRTVE para la investigación. Sin embargo, el ordenamiento expuesto difiere entre las referencias de género y especialidad dependiendo de las cadenas La1 y La2. Por consiguiente, se han especificado en el trabajo manteniendo la máxima proximidad a nuestro objeto de estudio y respetando la rigurosidad de la clasificación.

### 5.3. Análisis de las líneas estratégicas de programación de carácter cultural y educativo de la CRTVE

En España, resulta de especial complejidad abordar una tarea de análisis sobre el papel cultural que debería acometer el sistema televisivo público. En primer lugar, por la indefinición expuesta en los capítulos anteriores que se extrae de la acción de las autoridades audiovisuales y los organismos gubernamentales en la construcción de una televisión cultural. A pesar de todo, la impresión social frente a esta desatención no parece haberse convertido en una cuestión preocupante en las sociedades democráticas. La presente investigación plantea una actitud activa y aún con mayor relevancia, una posición de liderazgo del sector audiovisual público frente a las necesidades de servicio público a nivel cultural.

En segundo lugar, por la deriva que la información y la formación han presenciado ante la preponderancia del papel del entretenimiento en las programaciones televisivas. Las funciones de servicio público suponen una tarea ardua de acometer sobre todo, cuando el medio televisivo público ha olvidado su función formativa y ha funcionado siguiendo las reglas en relación a la lógica comercial, como también se puede observar a partir del análisis de la evolución de la televisión ya expuesto. Cabe destacar, la imposibilidad de justificar la necesidad de una televisión de carácter público, con los niveles de financiación que conlleva, que persigue las inclinaciones de la televisión de mercado. Resultaría imprescindible, que la televisión pública española comience un claro proceso de diferenciación en relación a las programaciones de carácter comercial para atender las funciones culturales y formativas.

Y, en tercer lugar, el fundamento enraizado de una concepción del medio televisivo como herramienta para el ocio y la diversión han convertido a la programación de carácter cultural en un contenido de insuficiente atractivo, pobre a nivel visual y arduo en contenido. Es sabido, que esta percepción funcionará como una barrera indisoluble en el camino y el fomento de una televisión cultural.



### 5.3.1. Concepto de programación cultural-educativa

A partir de las premisas planteadas acerca de la convivencia de la cultura y la televisión como medio de comunicación de masas hemos elaborado una definición acorde con nuestra consideración de contenido cultural o programación de carácter cultural-educativo para una televisión pública. Por consiguiente, en cierto modo objeto específico de estudio específico de la presente investigación serían aquellos programas y formatos que tienen como misión principal la formación del espectador mediante el desarrollo de sus capacidades con la finalidad de incrementar su capacidad crítica.

Conviene subrayar que, en la definición elaborada *ex profeso* para la evaluación de los contenidos entenderemos como material cultural y formativo aquel de carácter televisivo generalista y, específicamente, destinado a un público general excluyendo la programación asignada a públicos particulares o concretos. La principal aportación de este tipo de contenidos se realizará en un sentido de rentabilidad social para el conjunto de los telespectadores con la patente intención del cumplimiento de un servicio público de calidad y la pretensión de generar un espacio de reflexión en las mentes beneficiarias.

Partiendo de los análisis anteriores sobre la naturaleza de la televisión cultural se considerará aquel contenido elaborado en sí mismo como programa de carácter formativo. De manera que, se examinarán con la intención de eximir los programas cuya función principal sea la misión de informar o entretener, no siendo excluyentes por este motivo, sino que serán un programa o un producto audiovisual integral.

Se tomarán por válidos en el análisis los programas o formatos culturales televisivos de las cadenas generalistas públicas. No obstante, se considera pertinente señalar que se excluyen del estudio los contenidos emitidos y elaborados por las cadenas televisivas de carácter autonómico.

Por consiguiente, el estudio se realiza en torno a la programación televisiva de la Corporación de RTVE, en concreto de Televisión Española y las cadenas La1 y La2. De forma que, quedan excluidos el resto de canales de la Corporación (Clan, Teledeporte y

24 Horas), el servicio de radiodifusión Radio Nacional de España (Radio Clásica, Radio 3, Radio 4, Radio 5 y Radio Exterior) y los servicios interactivos o conexos de rtve.es.

El público al que se dirige el presente análisis de programación es general y no se trata de un público especializado o minoritario, por este motivo, serán excluidos los programas temáticos competentes en una determinada materia y enfocados a un grupo marginal de telespectadores.

El espacio temporal del análisis se encuentra ubicado en el año 2016, concretamente, del 1 de enero al 31 de diciembre. El fundamento de este periodo se ajusta a la terminación de los nueve años de vigencia del primer Mandato-marco<sup>371</sup> establecido en la ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, que especifica los objetivos generales de la Corporación de RTVE para nueve años de funcionamiento. Convenientemente hay que mencionar, que en el año 2006 la televisión pública en España atiende al cumplimiento de los sesenta años de servicio y se contempla un momento idóneo para emprender un análisis del papel de la televisión española a lo largo de seis décadas<sup>372</sup>. Finalmente, el último informe publicado por la CNMC, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, hace referencia al cumplimiento de las obligaciones de los años 2015 y 2016 y proporciona a la investigación apreciadas aportaciones desde la perspectiva de órgano regulador autónomo y competente. Por consiguiente, consideramos de especial relevancia establecer un análisis de las actuaciones de la CRTVE en relación a los objetivos programáticos de los contenidos de carácter cultural ante las fuentes oficiales de la Corporación de RTVE<sup>373</sup>, las consideraciones de la CNMC y el análisis de cumplimiento de servicio público televisivo elaborado en la investigación a través de los datos proporcionados por el Departamento de audiencias de la CRTVE y del organismo oficial de audiencias Kantar Media.

En definitiva, en base a su cometido, en el servicio de televisión público el contenido cultural se encuentra diseminado en parte de la programación y distintos

---

<sup>371</sup> En el año 2019 y a pesar de que el Mandato-marco tiene establecido una vigencia de 9 años continúa siendo válido a consecuencia de una reelaboración de los objetivos generales de la CRTVE.

<sup>372</sup> Este año fue conocido y conmemorado como Aniversario “60 años TVE”.

<sup>373</sup> El cumplimiento del mandato-marco de la CRTVE y la Memoria de Servicio Público y de Responsabilidad Social Corporativa, ambos de 2016.

formatos a lo largo de los espacios de emisión. No obstante, en esta configuración no se encuentran presentes como principales cometidos educar y transmitir contenidos culturales, sino que tienen como principal propósito entretener. En esta investigación, se pretende analizar el contenido cultural en los formatos y programas puramente culturales, divulgativos, documentales y formativos. Existe, empero un nivel de concreción mayor con el objetivo de definir, de manera precisa, lo que será considerado específicamente como contenido cultural-educativo y que se pueda diferenciar de los contenidos de otra índole prioritariamente no formativa.

Por consiguiente, tras haber elaborado una exposición de las distintas modalidades de programación y a partir de la definición del objeto específico de estudio, el trabajo tiene la pretensión de elaborar a continuación un listado de las excepciones que no serán contempladas por el análisis como programación específicamente cultural.

Consecuentemente, quedan excluidos los siguientes contenidos televisivos como formatos no culturales o divulgativos:

- Géneros y formatos de carácter informativo, los telediarios matinales, de mediodía y nocturnos, el tiempo, debates o boletines. Programas como: *Los desayunos*, *La 2 Noticias* o *Informe Semanal*.
- Géneros y formatos de entretenimiento, por sostener como función principal divertir y distraer a los telespectadores. Ejemplos de este tipo de contenido: *Espanoles por el mundo* o *Comando Actualidad*.
- Los géneros y formatos de carácter infantil y juvenil por el motivo de poseer un canal temático específico para la formación de este público: Canal CLAN.
- Los géneros y formatos de carácter deportivo, a razón de tener un canal específico para este tipo de contenido: *Teledeporte*.
- Los contenidos de ficción. No se tendrán en cuenta las series de ficción ni los géneros cinematográficos en formato de largometraje, medimetraje o cortometraje.

- Los formatos musicales, por tener como principal objetivo la función de entretenimiento. Ejemplo de ello: *Operación Triunfo*.
- El género televisivo de carácter religioso por tratarse de un contenido que no tiene una finalidad educativa o formativa sino dirigida a la dimensión espiritual o trascendental. Se considera de servicio público, pero no cultural.
- Una nueva clasificación en los contenidos de RTVE es “recetas” quedan excluidos todos los programas de entretenimiento como *Masterchef*. No obstante, ejemplos como *Un país para comérselo* combina cultura y gastronomía, de manera que cuenta como contenido cultural.
- Los concursos, tanto de conocimiento como temáticos, los concursos de pruebas y habilidades y de artistas. Como por ejemplo, el emblemático programa de *Saber y Ganar*. El principal propósito de estos programas es el entretenimiento del espectador mediante pruebas de ingenio.
- Programas especiales o retransmisiones en directo considerados por CRTVE como programas de carácter cultural: *Premios Princesa de Asturias*, *Premios Oscar*, *Premios Iris – Academia de la Televisión*, los *Premios Goya*, *Premios José María Forqué*, *Premios Platino* o *Eurovision*.
- Actividades de promoción y difusión de las artes, la ciencia, la historia y la cultura por parte de CRTVE. Por no tratarse de programas realizados en exclusiva para la formación del espectador, sino a modo informativo.
- El contenido cultural del Archivo histórico de RTVE a pesar de ser reemitido en el periodo temporal de nuestro objeto de estudio.

El esclarecimiento de las anteriores premisas pretenden dotar a la investigación de un nivel de precisión conveniente para rebajar cualquier tipo de ambigüedad que pudiera

surgir a lo largo del etiquetado de los contenidos en el análisis de los objetivos programáticos a lo largo del año 2016.

Con todo, la clasificación de determinados programas puede resultar imprecisa a la hora de identificar cuál es su función esencial a pesar de haber definido en la medida de lo posible las fronteras en género y formato. Por esta razón, se ha considerado pertinente señalar algunos de los formatos que inducen a ambigüedad en su misión como contenido cultural-formativo, pero que finalmente no cuentan con la pretensión formativa como aspecto prioritario. Por consiguiente, finalmente se han excluido como contenido de análisis: programas como *Versión Española* (temática y público especializado); *Cine de Barrio* (programa de entretenimiento); *Al filo de lo imposible* (temática deportes); *Agroesfera* (de carácter informativo); *Informe Semanal* (de carácter informativo y actualidad); *Saber Vivir* (Magazín, Ciencia y tecnología, pero principalmente entretenimiento); *Espanoles en el mundo* (viajes, magazín y entretenimiento) o *Pueblo de Dios* (documentales de culturas, específicamente religiosos).

Por consiguiente, con la intención de adquirir unos resultados lo más representativos para el objeto de estudio se ha seleccionado el sistema de ordenación por género y especialidad de las tabulaciones obtenidas de la Corporación RTVE<sup>374</sup>. En este sentido la programación cultural que trataremos en el análisis estará comprendida en la siguiente clasificación:

Género Cultural:

Documentales

Divulgativos/Otros

Educativos

Por consiguiente, la definición del objeto de estudio específico que se ha propuesto delimitar, la programación cultural-educativa, resulta indispensable para pilotar entre la multiplicidad de contenidos programáticos que el Ente televisivo público emite a

---

<sup>374</sup> En las peticiones realizadas al Departamento de Audiencias de la Corporación de RTVE obtuvimos la tabulación de la programación total por cadenas del año 2016. En este documento la clasificación general describía de forma más específica el género y la especialidad de la programación.

lo largo de sus dos cadenas generalistas. Con especial atención respecto a la creciente tendencia de los contenidos hacia la homogeneización y hacia el entretenimiento. Todo lo expuesto con anterioridad dota a la investigación de un mayor nivel de concreción conveniente para un entendimiento integral del estudio. No obstante, es necesario enfatizar que ante todo, la pretensión de nuestro trabajo es elaborar una aproximación del estado de la programación cultural que en términos programáticos se convierte en una tarea de gran complejidad que resultan de la imprecisión de los factores que tienen asociados los conceptos de televisión, cultura y programación.

### 5.3.2. Definición del análisis

El propósito del siguiente apartado consiste en la realización de una exposición de la coyuntura de la programación de carácter cultural de la televisión pública. La intención del análisis comprende exponer la presencia de los contenidos culturales en relación con los objetivos programáticos de la Corporación RTVE. La finalidad del estudio pretende atender al cumplimiento de las funciones de Servicio Público que el Estado ha encomendado al organismo televisivo público. El diagnóstico de la programación se llevará a cabo a partir de la definición de contenidos culturales-educativos elaborada *ex profeso* para nuestra investigación. Por lo que se refiere al contexto temporal de análisis, se presentará una evaluación respecto al ámbito temporal del año natural de 2016<sup>375</sup> en un marco programático que abarca desde el 1 de enero al 31 de diciembre. Si bien, se tendrán en consideración datos estadísticos e información relacionada con los espacios contenidos en los años 2014 y 2015 con la intención de generar marcos comparativos y progresiones que doten de información relevante al trabajo y a consiguientes resultados y recomendaciones.

Con respecto a lo expuesto, se ha elaborado una estructura metodológica con la pretensión de recabar las reflexiones a nivel cualitativo y cuantitativo convenientes para

---

<sup>375</sup> El motivo de investigación de este periodo temporal ha sido expuesto en el apartado anterior referencia 5.3.

identificar la situación de la programación cultural y educativa en la televisión pública generalista en España.

En primer lugar, la intención del análisis de este apartado se fundamenta en un elemento esencial para el trabajo, la repercusión social. Las situaciones programáticas que nos disponemos a analizar procuran alcanzar la rentabilidad social y la concienciación ciudadana a través de la emisión de contenidos culturales. Por consiguiente, resulta imprescindible la cuota de pantalla como el indicador decisivo en un sentido de estimación del impacto en los espectadores. De manera que, el estudio empieza a partir del porcentaje de hogares o telespectadores que están viendo un programa de televisión con respecto al total que tiene encendido su televisor durante la emisión. En vista de la magnitud de los productos audiovisuales emitidos por ambas cadenas se ha considerado necesario hacer una selección de los programas de interés para el estudio a partir de dos premisas:

1. En primer lugar, la selección de la programación deberá cumplir los requisitos que se han establecido en la definición de programación cultural elaborada a propósito para la investigación.
2. En segundo lugar, cumplir con las mayores cuotas de audiencia como modelos representativos de repercusión social, cultural y educativa.

Con el objetivo de proporcionar una selección como casos de estudio de los contenidos culturales y al tratarse de dos cadenas con perfiles claramente diferenciados, se ha determinado el número de cinco muestras programáticas por emisora.

Avanzando en nuestro planteamiento, se ha elaborado la definición de cuatro variables con el propósito de establecer un análisis de la selección a nivel cualitativo y cuantitativo. De manera que, se ha considerado un conjunto de parámetros esenciales para la consecución de planteamientos precisos respecto al cumplimiento de las obligaciones de servicio público que tiene la CRTVE con la ciudadanía.

Por consiguiente, el análisis será realizado en base a la intención programática de los siguientes puntos de referencia:

1. El canal en el que se encuentra la muestra.

2. El género y la especialidad que determina la tipología de la programación.
3. El momento de emisión integrado en franjas horarias generalizadas.
4. La presencia de la programación cultural y educativa del ente público a partir del número de emisiones.

Por último, precisar que la base de la programación de corte cultural-educativa es el grado de intensidad finalista del propósito formativo. De manera que, se excluyen siempre los contenidos donde el propósito de entretenimiento u otras funciones es más potente que le formativo.

### 5.3.3. Exposición programática de los contenidos culturales de la CRTVE en el año 2016

El estudio del contexto de cumplimiento de servicio público y los objetivos programáticos del año 2016 suponen una tarea de especial complejidad por la peculiaridad y la diversidad de los contenidos y acontecimientos acaecidos en este periodo. El principal evento de 2016 fue la celebración del 60 aniversario de la televisión pública en España que se mantuvo acompañado de programación especial y asuntos excepcionales, bajo el lema “60 años TVE”. En relación a la situación económica, se consideró un año de estabilidad presupuestaria con la reducción de la deuda acumulada en un 46,5% y por primera vez, desde la aprobación de la *Ley de Financiación* de 2009, la Corporación cerraba su ejercicio con un superávit de casi 800.000€<sup>376</sup>. En el contexto político y social, la programación se encontró esbozada por la celebración de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos disputados en Río y las elecciones generales españolas. En el ámbito del cine, se consignó como la cadena generalista que más cine español emitió en nuestro país con un 90% del total de los largometrajes transmitidos<sup>377</sup>. En el campo de la innovación tecnológica, la Corporación de RTVE se posicionó en los puestos pioneros en cuanto a servicios interactivos y los avances en narrativas transmedia.

---

<sup>376</sup> Memoria 2016 sobre el Cumplimiento de la función de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa de RTVE. Carta del Presidente, Sánchez Domínguez, J. A., p. 15.

<sup>377</sup> Memoria 2016, CRTVE, *op. cit.*, p. 4.



Por consiguiente, según la Carta del Presidente de la Corporación, José Antonio Sánchez Domínguez, en la Memoria de Cumplimiento de la función de Servicio Público, declaraba:

Presento los resultados de un periodo en el que continuamos siendo el principal grupo de comunicación audiovisual de nuestro país, comprometido con la sociedad, con la defensa de los valores constitucionales (...) hemos cumplido una vez más con nuestra misión de servicio público, haciendo de él nuestra seña de identidad<sup>378</sup>.

A raíz de las contundentes afirmaciones presentadas en la Memoria de Servicio Público de la CRTVE nos disponemos a realizar una disposición de los contenidos programáticos elaborados a propósito para la difusión de la programación cultural en las cadenas La1 y La2.

En la definición de la misión de la Corporación, la preocupación por la prestación de los principales contenidos formativos e ilustrativos ocupa un importante lugar, además de informar de forma rigurosa, independiente y plural y de ofrecer entretenimiento de calidad. El cometido de la CRTVE es de fomentar la innovación y la creación, y apoyar la difusión de las artes, la ciencia y la cultura. Todos ellos con la finalidad de potenciar la cohesión y la participación ciudadana<sup>379</sup>. No obstante, en los resultados de las funciones encomendadas a la Corporación en materia de programación cultural, en consideración de promotora en la transmisión de los valores de servicio público, se han detectado graves insuficiencias que merecen de un análisis pormenorizado a partir de las variables establecidas en la metodología.

#### **5.3.3.1. Selección de los casos de estudio**

Antes de comenzar con un estudio de mayor precisión, la investigación mantiene el propósito de presentar un número de casos de estudio por su relevancia cualitativa que tienen como cometido desvelar los principales aspectos de los elementos de análisis. Por consiguiente, se ha procedido a la selección de cinco programas de la Primera Cadena y

---

<sup>378</sup> *Ibíd.*, p. 5.

<sup>379</sup> *Ibíd.*, p. 6.

otros cinco de la Segunda con el objeto de alcanzar los datos que tengan una relevancia para el estudio.

La designación de los casos de estudio ha resultado de una selección entre la totalidad de la programación de carácter cultural y educativa de la Corporación RTVE en el año 2016. Se debe agregar que, únicamente se han tomado en consideración aquellos que responden a la definición de contenidos culturales y formativos elaborada *ex profeso* para esta investigación.

Con todo, el parámetro principal para el filtrado de los programas propuestos ha sido la cuota de pantalla que las producciones culturales han generado en su emisión a lo largo del año 2016. Por consiguiente, con el propósito de llevar a cabo una meticulosa selección respecto al género cultural se han utilizado las tabulaciones de La1 y La2 dispensadas para el análisis por Kantar Media. A partir de las técnicas estadísticas de manejo de Excel y SPSS hemos realizado un filtrado considerando procedente los siguientes resultados:

Tabla 1: Programas culturales de La1 con mayor cuota de pantalla

| Título                        | Emisiones | AM(000)<br>[Med] | Cuota % | AM% [Sum] |
|-------------------------------|-----------|------------------|---------|-----------|
| <b>UN PAÍS PARA COMÉRSELO</b> | 7         | 524              | 11,2    | 8,2       |
| <b>AQUÍ LA TIERRA</b>         | 227       | 1267             | 10,5    | 645,7     |
| <b>CÁMARA ABIERTA 2.0</b>     | 54        | 175              | 10,4    | 21,2      |
| <b>SEGURIDAD VITAL</b>        | 51        | 227              | 8       | 26        |
| <b>OCHÉNTAME...OTRA VEZ</b>   | 61        | 510              | 6,5     | 69,8      |

Fuente: Kantar Media

Tabla 2: Programas culturales de La2 con mayor cuota de pantalla

| Título                       | Emisiones | AM(000)<br>[Med] | Cuota | AM% [Sum] |
|------------------------------|-----------|------------------|-------|-----------|
| <b>GRANDES DOCUMENTALES</b>  | 332       | 491              | 4,3   | 366,4     |
| <b>DOCUMENTA2</b>            | 551       | 190              | 2,3   | 234,7     |
| <b>EL ESCARABAJO VERDE</b>   | 111       | 135              | 2,1   | 33,8      |
| <b>LA AVENTURA DEL SABER</b> | 151       | 36               | 1,4   | 12,3      |
| <b>DIAS DE CINE</b>          | 158       | 88               | 1,3   | 31,1      |

Fuente: Kantar Media

En el caso de la Primera Cadena, la selección de los programas se ha llevado a cabo a partir de los criterios descritos con anterioridad: concepto de programación cultural y mayor cuota de pantalla. Sin embargo, cabe destacar como resulta inevitable la implicación de un enfoque subjetivo por parte de la investigación que pretende identificar una muestra lo más variada y representativa posible.

Por consiguiente, los programas de carácter cultural que han resultado distintivos en La1 han sido: *Un país para comérsele*, *Aquí la Tierra*, *Cámara Abierta 2.0*, *Seguridad Vital* y *Ochéntame...otra vez*. Conviene subrayar que, productos audiovisuales como *Desafía tu mente* con un 7,7 de cuota de pantalla, por lo que se situaría en cuarto lugar del registro, han sido retirados de la selección por su carácter de magazín con cierta tendencia hacia el formato de concurso a pesar de cumplir un número significativo de las

características del concepto establecido como programación cultural<sup>380</sup>. La muestra elaborada para el análisis ha sido considerada como programación de carácter cultural competente y adecuada para su emisión en la Primera Cadena. A continuación, en los siguientes apartados, analizaremos su posición en relación a su contenido y ubicación.

*Tabla 3. Datos programáticos de Desafía tu mente*

| <b>Título</b>                            | <b>Emisiones</b> | <b>AM(000)<br/>[Med]</b> | <b>Cuota</b> | <b>AM% [Sum]</b> |
|--|------------------|--------------------------|--------------|------------------|
| <b>DESAFÍA TU MENTE:<br/>BRAIN GAMES</b> | 44               | 1285                     | 7,7          | 127              |

*Fuente: Kantar Media*

En el caso de la Segunda Cadena la selección de los casos de estudio ha resultado de gran complejidad por la variedad de los contenidos culturales que emite la cadena. Finalmente, con el propósito de hacer una selección adecuada para el análisis de nuestro objeto de estudio se han determinado los siguientes programas: *Grandes Documentales*, *Documenta2*, *El Escarabajo Verde*, *La Aventura del Saber* y *Días de Cine*. Tal y como se ha mencionado, la designación programática ha supuesto un desafío por el requerimiento de la reducción a cinco unidades de programación. Con todo, resulta conveniente dedicar una breve explicación acerca de los programas que no han podido formar parte de los casos de estudio y que por motivos justificados han sido excluidos del registro de análisis.

---

<sup>380</sup> Cabe mencionar como los programas de la muestra representativa han sido dispuestos a partir de las tabulaciones de carácter cultural de Kantar Media. Sin embargo, resulta indispensable destacar como gran parte de la programación de esta selección no ha coincidido con la definición realizada *ex profeso* para la presente investigación.

Tabla 4: Programas de La2 no seleccionados como casos de estudio

|   |           |            |            |             |
|---|-----------|------------|------------|-------------|
| <b>JARA Y SEDAL</b>                       | <b>35</b> | <b>228</b> | <b>2,9</b> | <b>17,9</b> |
| <b>DESTINO: ESPAÑA</b>                    | 151       | 242        | 2,1        | 82,2        |
| <b>LA NOCHE TEMÁTICA</b>                  | 199       | 78         | 2          | 34,8        |
| <b>DOCUMASTER</b>                         | 106       | 178        | 1,9        | 42,3        |
| <b>TVE ENGLISH</b>                        | 110       | 32         | 1,5        | 7,8         |
| <b>TV UNED</b>                            | 123       | 19         | 1,2        | 5,2         |
| <b>IMPRESINDIBLES</b>                     | 52        | 136        | 1,2        | 15,9        |
| <b>HISTORIA DE NUESTRO CINE: COLOQUIO</b> | 50        | 139        | 1,1        | 15,6        |
| <b>PÁGINA2</b>                            | 104       | 64         | 0,8        | 15          |
| <b>THAT'S ENGLISH</b>                     | 1056      | 3          | 0,5        | 7,2         |

Fuente: Kantar Media

Con el firme propósito de esclarecer los casos programáticos posiblemente ambiguos hemos de ofrecer una justificación a los que han sido descartados de la muestra. A partir de la tabla anterior podemos realizar una descripción pormenorizada de los motivos de exclusión de los siguientes productos audiovisuales. De esta forma, por ejemplo, podemos describir programas como *TVE English*, *TV UNED* o *That's English* como productos audiovisuales meramente de carácter educacional y pedagógico. Por consiguiente, resulta conveniente discernir en la selección los programas de carácter cultural que tienen la intención de formar la mente crítica del espectador y los que tienen como firme propósito la función docente. Otro de los ejemplos, *Jara y Sedal* cuenta con un 2,9 de cuota de audiencia, muy por encima de la media del canal, sin embargo, está especializado temáticamente en el deporte de la caza y la pesca que pueden resultar de interés a un público especializado, pero no provee de una perspectiva generalista. En el caso de *Destino: España*, programa orientado a la integración de los ciudadanos extranjeros residentes en España, se presenta como un magacín con cierto interés de servicio público. Sin embargo, tras varios visionados hemos detectado que la intención programática tiende en gran medida a la función de entretenimiento. En el caso de *La noche temática*<sup>381</sup> con 2 puntos de cuota o *Documaster*<sup>382</sup> con 1,9 de audiencia superan la media de la muestra, pero han sido retirados por no alcanzar en la representación de los

<sup>381</sup> Los trabajos audiovisuales de *La noche temática* facilitan una percepción de los grandes acontecimientos que han marcado el rumbo del último siglo.

<sup>382</sup> *Documaster* inserta series documentales de cultura, historia y ciencia.

valores de servicio público a pesar de cumplir con buena parte de los aspectos de la programación cultural. Por último, los programas *Imprescindibles*<sup>383</sup> de 1,2 puntos, *Historia de nuestro cine: coloquio* y *Página Dos*<sup>384</sup> con 0,8 de cuota de pantalla, programas culturales de servicio público, se han desestimado por mantenerse por debajo del umbral de audiencia del último programa de la selección, *Días de Cine* con un 1,3 puntos de cuota de pantalla.

Podemos destacar como la selección se ha sometido, en la medida de lo posible, a los criterios de las mayores cuotas de audiencia, pero además, han puesto en valor las premisas establecidas en la definición de contenido cultural televisivo. Esta labor hubiese resultado inviable sin el visionado exhaustivo de más de una treintena de programas que confieren a los casos de estudio una clasificación certera para el análisis del objeto concreto de la presente investigación.

### 5.3.3.2. Los canales generalistas

El primer punto de análisis consiste en la evaluación de los perfiles programáticos de La1 y La2 en lo relativo a los casos de estudio seleccionados para el estudio. Respecto a la oferta programática de la Corporación RTVE se debe anticipar que no ha sufrido ninguna variación significativa desde el año 2006. La oferta a través de la Televisión Digital Terrestre continúa siendo sus cinco canales insignia: La1, La2, Clan, Canal 24 horas y Teleduarte. Sin embargo, en el ámbito digital ha potenciado los sistemas interactivos con la intención de mejorar los servicios de la televisión a la carta y alcanzar un posicionamiento favorable en el mercado televisivo digital.

En el ámbito de nuestro objeto de estudio se produjo el cierre en el año 2009 de canales temáticos como *DocuTVE* y en 2010 del *Canal Clásico*<sup>385</sup>. El desarrollo de la iniciativa *Cultural.es* ideado como sustituto del Canal Clásico intentaba garantizar un

---

<sup>383</sup> La emisión de *Imprescindibles* está conformado por series documentales sobre los personajes más destacados de la cultura española del siglo XX.

<sup>384</sup> *Página Dos* tiene el propósito de acercar a los ciudadanos el mundo de la literatura mediante complejos reportajes que recogen los principales temas de actualidad literaria y editorial.

<sup>385</sup> Fernández Alonso, I. (2017), *op. cit.*, p.102.

canal de naturaleza cultural que fomentara el valor por el conocimiento y desarrollo crítico. Sin embargo, esta iniciativa fue concluida en el mismo año 2010<sup>386</sup>. A partir de mayo de 2015, se propusieron dos iniciativas con el objetivo de acercar la producción española a los telespectadores y alcanzar a los públicos del continente americano. En este sentido, se iniciaron MIS (Made in Spain) para reforzar la Marca España y Star TVE HD con series y programas para América<sup>387</sup>.

Por lo que se refiere a nuestro objeto de estudio específico, tanto La1 como La2 se han mantenido constantes y con alteraciones prácticamente insignificantes a lo largo de las temporadas programáticas desde la creación de la principal propuesta de reforma a comienzos del milenio: la reforma legislativa de 2006.

El primer bloque de análisis sostiene la intención de profundizar de forma exhaustiva los principales perfiles de las cadenas generalistas de la Corporación de RTVE. Por consiguiente, además de explorar las líneas estratégicas de programación se expondrán los principios fundamentales diseñados, en concreto para La1 y La2.

Consecuentemente, resulta conveniente mencionar que en la Memoria de Servicio Público se ha encontrado una rotunda afirmación sobre el cumplimiento de los principales objetivos de la Corporación cuya exposición plantea en nuestro estudio premisas que requieren de una atención específica. Asimismo, el documento expone de forma breve como el Ente público televisivo sostiene haber cumplido con una oferta de programación variada y plural en el contexto del panorama televisivo español. De la misma forma, a través de la definición de sus seis canales se ha producido una cobertura de todos los géneros con la intención de cubrir los intereses de todos los espectadores. En definitiva, concluyen que el cumplimiento para la encomienda de Servicio Público se ha llevado a cabo con calidad, rigor, profesionalidad y dotado de una gran variedad<sup>388</sup>.

Se podría objetar que las anteriores afirmaciones podrían resultar convincentes al haber sido expuestas desde una perspectiva de excesiva generalidad. No obstante, en el

---

<sup>386</sup> El cierre del canal Cultural.es supone una regresión para la iniciativa cultural de la CRTVE. Un canal digital con los principales contenidos de ambas cadenas generalistas acompañado de contenido propio elaborado para el propio canal podía haberse convertido en una actividad de potenciación del consumo cultural audiovisual.

<sup>387</sup> Fernández Alonso, I. (2017), *op. cit.*, p. 102.

<sup>388</sup> Memoria 2016, CRTVE, *op. cit.*, p. 21.

asunto que nos ocupa, la programación de carácter cultural, se manifiestan multitud de interrogantes a partir de la presencia de este tipo de contenido. Por consiguiente, la pretensión del apartado trata de comprobar si los argumentos expuestos en la memoria de RTVE se han cumplido o no.

En un intento de sintetizar los conceptos fundamentales de la Primera y de la Segunda Cadena se ha considerado conveniente sustraer sus principios básicos de la documentación oficial de la Corporación.

En primer lugar, La1 se consolida como la cadena de programación responsable para todos los espectadores, con una oferta de contenidos diversos y que atiende a todos los géneros, además de la cobertura de los acontecimientos de mayor interés a todos los niveles sociales. En segundo lugar, La2 se ha presentado como la cadena generalista alternativa que mantiene una mezcla entre formatos nuevos y los más veteranos. El perfil de la cadena se caracteriza por mantener una combinación entre la vocación de servicio público y un enfoque cultural con programación referente al medio ambiente, la cultura y los derechos humanos<sup>389</sup>.

Antes de continuar, debemos hacer mención a la grave diferenciación entre los dos canales generalistas de la Corporación desde la responsabilidad de cumplimiento de las obligaciones de servicio público. Por esta razón, el presente trabajo alude a las premisas de mayor relevancia encomendadas a la Corporación, que en un primer intento por comprender los perfiles programáticos parecen estar relegados exclusivamente a la Segunda Cadena. Esta cuestión supone una grave problemática y genera una cierta inquietud en el planteamiento de las estrategias de programación de la Corporación RTVE resultante de la diferenciación por cuotas de pantalla entre la Primera Cadena y la Segunda. La necesidad de fortalecimiento de la programación propiamente cultural en La1, cadena que dispone de mayores niveles de audiencia, se convierte en una de las principales sendas hacia el cambio programático y la potenciación del cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la televisión pública española.

Adicionalmente, la memoria de cumplimiento afirma cumplir y garantizar la consecución de sus funciones públicas con el conjunto de sus canales temáticos y

---

<sup>389</sup> *Ibid.*, p. 21.



especializados, es decir, con la emisión de Teledeporte, Canal 24 horas, Clan y TVE Internacional. No obstante, cabe destacar la exclusividad del estudio de la cuestión cultural en la oferta programática generalista. El motivo de esta excepcionalidad es que, como hemos mencionado en otros apartados, el carácter generalista de las cadenas televisivas se ha reconocido como el valor fundamental para la cohesión social y la potenciación del espíritu crítico. Las comunidades de telespectadores reconocen en la televisión generalista un punto de encuentro social y de inflexión para el debate y el fomento del diálogo.

A partir del análisis de la documentación oficial, el enfoque percibido por las declaraciones públicas permite intuir como la Corporación actúa con la pretensión de incluir en la totalidad de su programación los valores democráticos, constitucionales y de servicio público que tiene la responsabilidad de atender. En este sentido, resulta relevante para el trabajo vislumbrar brevemente aspectos que no pueden ser considerados como productos culturales, simplemente, por su mera intención informativa o de entretenimiento. Basten como muestra, que en la parrilla de la Primera Cadena se identifican programas de entretenimiento como *Máster Chef* o *Centro Médico* como contenidos que defienden la divulgación del conocimiento y la cultura española desde la única perspectiva del entretenimiento. Asimismo, con el propósito de poner de manifiesto la divulgación cultural e histórica, La1 presenta sus contenidos de ficción como modelo representativo, ejemplos de ello son *Águila Roja*, *6 hermanas* o *Acacias 38*. Sin embargo, resulta inevitable para la investigación señalar como estos productos audiovisuales no cumplen con las expectativas divulgativas como funciones de servicio público. En otras palabras, no se pretende negar que la programación anteriormente expuesta no contenga elementos divulgativos tal y como mencionan los archivos oficiales, pero no responden a la definición de una televisión cultural que debe potenciar el espíritu crítico. Naturalmente, que la cultura supone un término de considerable dificultad conceptual, pero lo que se conviene asegurar es que no responde a la definición de contenido cultural expuesta en esta investigación.

En el caso de la Segunda Cadena, las estrategias programáticas varían drásticamente si establecemos un marco comparativo con la Primera Cadena. Destacan

los documentales en programaciones como *La noche temática* o *En Portada* comprometidos con la sociedad y la cultura. Prácticamente, La2 se ha consagrado como la cadena exclusivamente cultural. La Corporación ha pretendido delegar en el segundo canal la mayoría de las emisiones de carácter de servicio público, posicionando a la cadena como el fondo común para la programación que no tiene cabida en otro segmento programático y asegurarse así el cumplimiento de las obligaciones del Mandato-marco y los principios básicos de programación<sup>390</sup>.

Resulta de especial interés como en la Memoria de Servicio Público de la Corporación<sup>391</sup>, el apartado destinado a cultura de la Primera Cadena no formula ninguno de los puntos sustanciales que determina nuestra definición de televisión cultural. Por consiguiente, La1 manifiesta su preocupación en la cobertura de eventos culturales puntuales como los *Premios Goya* o los *Premios Príncipe de Asturias* del mismo modo que incluye en su oferta cultural la emisión de los encierros de *San Fermín*. Otros eventos de consideración cultural son el Festival de *Eurovision* o la *Conmemoración del IV centenario de la muerte de Cervantes*. Los datos aportados por la documentación procedente de la CRTVE relatan una serie de emisiones puntuales que no pueden traducirse en un compromiso firme de programación cultural por parte de la cadena de mayor cuota de audiencia de la televisión pública.

Con todo, es necesario destacar como los escritos oficiales de la Corporación aluden continuamente al servicio público que desempeña la televisión estatal generalista. En lo referido a la Primera Cadena se menciona de una manera reiterada el buen uso de la información con la atención de lo que, procedente de una televisión estatal, se puede concebir como un procedimiento evidente como las coberturas de los debates electorales o informativos especiales. Algo semejante sucede con el entretenimiento en el cine y la ficción, los magazines o los deportes. No obstante, la cultura queda relegada a un escaso apartado, por supuesto, prácticamente aislado de La1 y estableciendo una estricta relación con La2.

---

<sup>390</sup> No obstante, resulta conveniente que los contenidos de carácter cultural obtengan mayores porcentajes de cuota de pantalla. La Primera Cadena tiene cinco veces más de audiencia que la Segunda. Por consiguiente, la reforma de las líneas estratégicas se convierte cada vez en una necesidad de primer orden.

<sup>391</sup> Memoria 2016, CRTVE, *op. cit.*, p. 26.

En consecuencia, el planteamiento de programación cultural en la Primera Cadena queda relegado a momentos puntuales de la esfera pública española. El problema de mayor gravedad se presenta en el momento en el que la cadena se encuentra desprovista de programas con claras intenciones formativas y culturales, en otras palabras, formatos diseñados para cubrir la tercera y no menos importante función de servicio público, la formación y la cultura. La problemática en la concepción de programación cultural ha supuesto una rémora significativa tanto en la empresa televisiva como en los telespectadores.

La percepción fatigosa de los espacios culturales determinan que no son oportunos en las franjas de mayor audiencia porque no mantienen las mismas tendencias o líneas programáticas que el resto de operadores privados con los que lidian en cuotas de pantalla.

La televisión pública española, al contrario de lo que muestran sus líneas legislativas y principios de programación, se ha sumado al influjo generado por los grandes operadores comerciales. La Corporación RTVE se ha desviado de la dirección que debiese de potenciar para su conversión en la promotora de una televisión cultural que tiene la obligación de fomentar el espíritu crítico y cumplir sus funciones reales de servicio público.

En su lugar, se ha destinado a la Segunda Cadena la mayor parte de las funciones y labores de servicio público. En este sentido, encontramos programas icónicos en materia de cultura como *La Noche temática* o *Documentos TV*, ambos formatos de gran tradición, que apenas han sufrido variaciones en sus estructuras a lo largo de su vigencia programática. Llegados a este punto cabe destacar, como los programas educativos se encuentran radicalmente diferenciados en la documentación oficial de RTVE del resto de temáticas. En este caso, aprovechando los ejemplos de programas educativos como *UNED* o *That's English*, podemos formular la consideración de que no son formatos propios de una televisión cultural, sino de una televisión educativa. En este sentido, el fomento de la mentalidad crítica a través de una televisión cultural consiste en crear programas que no sean meramente clases académicas televisadas. El propósito de utilizar el medio televisivo como herramienta cultural es aprovechar el método para crear una

dinámica cultural a través de programas didácticos, pero que contengan un atractivo propio del medio televisivo. La premisa anteriormente mencionada puede verse reflejada en programas como *La Aventura del Saber* que mantiene un formato característico de divulgación y exposiciones en materia cultural.

Las parrillas de programación de la Segunda Cadena manejan diferentes funciones de servicio público con espacios exclusivos dedicados a la medicina y a la música, así como, una atención al ciudadano mediante la atención de las preguntas y sugerencias de los telespectadores<sup>392</sup>. Además, cabe mencionar como la religión representa un espacio en la parrilla de La2 mediante programas y retransmisiones de las creencias reconocidas como de especial implantación según el Ministerio de Justicia: católica, evangélica, judía e islámica<sup>393</sup>.

Con el objetivo de concluir con los principales tratamientos temáticos de la Segunda Cadena, cabe destacar como la Corporación otorga especial atención a las cuestiones relacionadas con el empleo en España. La preocupación sobre la situación laboral española indujo a la creación de programas como *Marca España*, *Aquí hay trabajo* o *Fábrica de ideas* con la intención de divulgar las oportunidades de empleo para la población. Conjuntamente con la pretensión de reforzar el conocimiento sobre el estado de la industria española y desentrañar las oportunidades en un contexto crítico en relación al desempleo del país.

Con todo, la programación de carácter cultural generalista y no temática se presenta como una carencia en la parrilla programática de la Segunda Cadena, la ausencia de formatos elaborados genera un fiel reflejo de la despreocupación por atender la encomienda de servicio público a baja escala. Además, resulta necesario añadir como la apariencia estética de los programas referidos, sin aludir al contenido narrativo, no se sitúan al mismo nivel que los programas informativos y exclusivamente de entretenimiento que pueden encontrarse en la Primera Cadena.

---

<sup>392</sup> Es el caso de *Historias del ojo clínico* en temas de medicina, *El Palco* o *Los conciertos de La2* como formatos musicales y *RTVE Responde* como el espacio dedicado para responder las inquietudes de los telespectadores.

<sup>393</sup> Memoria 2016, CRTVE, *op. cit.*, p. 44

Antes de comenzar con las apreciaciones de la selección, es necesario reparar en los datos generales de audiencia de las cadenas específicas del análisis.

En el año 2016, la Primera Cadena se presentó como la tercera opción televisiva y ofreció un promedio del 10,1% total de cuota de audiencia. La programación de mayor impacto se correspondió con los espacios informativos, como los telediarios o, como caso concreto, el debate de investidura de Pedro Sánchez<sup>394</sup>. Los datos reflejan como la ficción de La1 se posicionó en el ranking de las series televisivas de mayor audiencia con *Cuéntame como pasó* o *Águila Roja*.

A raíz de un recorrido pormenorizado en la memoria de servicio público redactada por la Corporación acerca de las cuotas de audiencia se ponen en relieve cuestiones de especial interés para la investigación. En primer lugar, los programas con mayores cuotas de audiencia no coinciden, en ninguno de los casos, con los formatos que el trabajo ha denominado como programas exclusivamente culturales. Los datos oficiales insisten en posicionar las mayores cuotas de audiencia en dos de las tres funciones de servicio público, la información y el entretenimiento. En otras palabras, la Primera Cadena acumula, con la excepción de Clan, el mayor porcentaje de cuota de pantalla de la Corporación<sup>395</sup> y, sin embargo, no se ocupa de la función meramente formativa y cultural como prioridad en sus cuotas de audiencia. A un nivel más específico, se subraya el suceso no casual de que ninguno de los programas que pertenecen a los casos de estudio aparezcan en los apartados de audiencia en el repaso programático realizado por la memoria de la Corporación.

En el caso de la Segunda Cadena, el promedio de audiencia se calcula en un 2,6%. Cabe mencionar, como el programa más visto de la cadena es el tradicional *Saber y Ganar*<sup>396</sup> con una asombrosa cuota del 8,9%. En este contexto, resulta necesario aludir a que el reconocido formato de preguntas ha sido excluido de nuestra selección por tratarse

---

<sup>394</sup> La retransmisión del debate de investidura acumuló un 17,1% de la cuota total de audiencia.

<sup>395</sup> Cabe destacar, que La1 es el icono de la televisión pública en España y, por tanto, un fiel reflejo de las preocupaciones programáticas de la Corporación.

<sup>396</sup> *Saber y Ganar* un programa presentado por Jordi Hurtado que comenzó sus emisiones el 17 de febrero de 1997.

de un concurso de entretenimiento aunque las temáticas tratadas otorguen al espectador cierto interés cultural.

Por consiguiente, a partir de los ranking de los 50 programas culturales de mayor audiencia de la Primera y Segunda Cadena proporcionados por el Departamento de Audiencias de Kantar Media<sup>397</sup> se pueden deducir sustanciales aportaciones.

En primera instancia, la Primera Cadena mantiene en los tres primeros puestos del ranking a *OT: El Reencuentro* catalogado por la investigación como programa no cultural y con una cuota de audiencia del 24,8%. Conviene subrayar, que *OT: El Reencuentro* consistió en una serie de tres documentales que rindieron homenaje a la primera edición de *Operación Triunfo* y que culminaron en un gran concierto el 31 de octubre de 2016 en el Palau Sant Jordi de Barcelona<sup>398</sup>. Sin embargo, programas de muestra como *Aquí la Tierra* aparece en 30 de los 50 registros contabilizados en el ranking y que alcanza picos de 14,3% de cuota de pantalla siendo su audiencia media de 10,5%. Cabe destacar, como el programa *Un país para comérselo* no aparece reconocido como programación cultural en el ranking de la empresa líder de audiencias Kantar Media. Algo semejante sucede con *Cámara Abierta 2.0* en relación a su catalogación como programación cultural. No obstante, formatos como son *Seguridad Vial y Ochéntame... Otra vez* no aparecen en el ranking al no alcanzar la media de cuota de audiencia exigida por la clasificación. Otros de los programas que aparecen en el listado son *Desafía tu mente: Brain Games*, *La antesala del Ministerio*, *Las claves de El Caso*, *Lo mejor de Operación Triunfo* o *TVE Presenta*. Estos últimos, reconocidos por Kantar Media como programación cultural no cumplen los requisitos de la definición realizada *ex profeso* para nuestro singular objeto de estudio.

En segunda instancia, en el ranking 50 de la Segunda Cadena la revisión resulta más evidente al identificar al programa *Saber y ganar* en 49 de los puestos de la enumeración de la cadena. Este caso, aparece como un evento de especial singularidad, el programa más visto de La2 tiene como objetivo la divulgación de la cultura de una forma

---

<sup>397</sup> Los documentos pueden ser consultados en el Anexo de Datos del presente trabajo de investigación.

<sup>398</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/ot-el-reencuentro/>

amena<sup>399</sup>, sin embargo, se constituye como un concurso de conocimiento y agilidad mental por lo que no pertenece a la definición de categoría cultural presente en esta investigación. Este argumento significa que cumple parte de los aspectos de programación cultural, pero su función prioritaria es el entretenimiento. El programa líder presenta cuotas de audiencia máximas de 3,4% casi un punto por encima de la media general de audiencia del canal. Por consiguiente, a partir del ranking de la Segunda Cadena podemos concluir como ningún programa de la selección aparece reflejado en los programas más vistos de la cadena delegada para los valores y las obligaciones de servicio público exigidos a nivel legislativo a la Corporación de RTVE.

Una vez analizado los datos de mayor audiencia de las programaciones culturales de la cadena debemos examinar los perfiles programáticos de los formatos que conforman los casos de estudio según sus índices de audiencia. La pretensión de la inminente explicación aborda como los formatos audiovisuales tratan de adaptarse en la medida de lo posible a los perfiles de programación encomendados de forma específica a cada canal. A continuación podemos observar en la siguiente tabla las cuotas de pantalla media que han alcanzado los programas culturales de la Primera Cadena.

---

<sup>399</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/saber-y-ganar/>

Tabla 5: Programación cultural de La1 según su cuota de audiencia.

| Título                        | Cuota (%) |
|-------------------------------|-----------|
| <b>UN PAÍS PARA COMÉRSELO</b> | 11,2      |
| <b>AQUÍ LA TIERRA</b>         | 10,5      |
| <b>CÁMARA ABIERTA 2.0</b>     | 10,4      |
| <b>SEGURIDAD VITAL</b>        | 8         |
| <b>OCHÉNTAME...OTRA VEZ</b>   | 6,5       |

Fuente: Kantar Media

En primer lugar, *Un país para comérsele* se presenta como un programa que “se adentra en las tierras de España para investigar la gastronomía y los paisajes, y para encontrar en la diversidad nuestras raíces comunes”<sup>400</sup>. Asimismo, se trata de una serie documental que presenta los diferentes recorridos como un viaje de la mano de distintos y populares personajes dentro de la cadena como han sido Imanol Arias, Juan Echanove y Ana Duato<sup>401</sup>.

En el caso del formato de *Aquí la Tierra* existe una innegable confusión entre el enfoque que recibe este tipo de programa. A partir de lo manifestado por la Corporación, este espacio abarca las tres vertientes de servicio público, informar, formar y entretener. A partir de los visionados de la selección podemos deducir que la función prioritaria de *Aquí la Tierra* es informativa de temas de actualidad en relación a la climatología del país. El aspecto formativo del espacio se pone en entredicho a raíz de la trivialidad del grueso de sus contenidos. No obstante, el objetivo del programa, tal y como indica rtve.es, implica como la meteorología puede influir en disciplinas como la salud, la arquitectura, la conducta e incluso en el arte y la economía de la mano de expertos, científicos, famosos, deportistas, músicos o actores<sup>402</sup>. Por consiguiente, se ha considerado que el perfil programático de este formato se compatibiliza con la definición de contenido cultural realiza *ex profeso* para esta investigación.

<sup>400</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/un-pais-para-comerselo/>

<sup>401</sup> Reconocidos actores de la esfera televisiva por haber protagonizado numerosas temporadas de la serie *Cuéntame como pasó*. Además, cabe destacar como estos personajes representan el sentimiento familiar y cercano por el perfil de sus papeles en la narrativa de la serie televisiva.

<sup>402</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/aqui-la-tierra/>



El siguiente caso, *Cámara Abierta 2.0* realiza una exposición de la plataforma de Internet en la esfera de la información, la creación y la comunicación. El propósito del programa es el rastreo de la red en busca de cultura, innovación y participación<sup>403</sup>. El formato presenta distintas declaraciones, hechos y acontecimientos a través de visitas y entrevistas en distintos bloques que muestran los contenidos de forma dinámica y entretenida.

A continuación, *Seguridad Vital* se presenta como un programa de servicio público que aúna la visión, experiencia y casos reales de conductores de vehículos, ciclistas, motoristas y peatones. La pretensión del formato es alcanzar a todos los públicos para transmitir valores, claves, y consejos al volante<sup>404</sup>. De manera que, la filosofía del programa pretende nutrir el sentido crítico de la sociedad española para alcanzar una mayor conciencia en la correcta conducta en lo referido a la seguridad vial.

Por último, *Ochéntame otra vez* es un programa documental resultado de una minuciosa selección del archivo de RTVE en un intento por trasladar a los espectadores a los hechos acontecidos durante los años ochenta en España. El formato mantiene una cuidada elaboración con la producción de entrevistas a personajes que protagonizaron los acontecimientos de la época que se relata. El programa pretende dotar a sus audiencias de la historia de su país y de los principales acontecimientos a nivel social, político y económico.

En el caso de la Segunda Cadena se pueden definir los perfiles programáticos de la selección a partir de la siguiente ordenación.

---

<sup>403</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/camara-abierta-20/>

<sup>404</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/seguridad-vital/>

Tabla 6: Programación cultural de La2 según su cuota de audiencia.

| Título                | Cuota (%) |
|-----------------------|-----------|
| GRANDES DOCUMENTALES  | 4,3       |
| DOCUMENTA2            | 2,3       |
| EL ESCARABAJO VERDE   | 2,1       |
| LA AVENTURA DEL SABER | 1,4       |
| DIAS DE CINE          | 1,3       |

Fuente: Kantar Media

En primer lugar, *Grandes Documentales* trata de una serie de documentales que acercan la diversa vida natural existente en el planeta. En la mayor parte de las ocasiones se trata de producción ajena que la Segunda Cadena adquiere para su emisión.

Por lo que se refiere a *Documenta2*, corresponde a un espacio heredero del programa *Docufilia* en el que se emiten documentales de divulgación histórica, científica y cultural<sup>405</sup>. Es necesario recalcar, que por tema de derechos, una vez emitidos por la pequeña pantalla permanecen un tiempo limitado para su visionado en rtve.es A la Carta.

En tercera posición, se encuentra el popular y mítico programa *El Escarabajo Verde*, que se ajusta a un formato de reportaje divulgativo. La temática central es el medio ambiente y las interacciones que el hombre mantiene con su entorno. Las emisiones exponen las principales cuestiones medioambientales desde el espíritu divulgativo<sup>406</sup>.

El siguiente programa, *La aventura del saber*<sup>407</sup>, pertenece al espacio de TV educativa fruto de un convenio de colaboración entre el Ministerio de Educación y Radio Televisión Española<sup>408</sup>. El formato, de carácter divulgativo, pretende la formación del espectador a través de entrevistas y series documentales. Los espacios divulgativos acercan al espectador temas de naturaleza, asuntos sociales, ciencia y tecnología y humanidades.

En el último puesto de la selección de la Segunda Cadena se encuentra *Días de Cine*. El programa, nacido en 1991, dedica su espacio a un objetivo incondicional: el apoyo al cine español. En la definición de programación cultural elaborada por la

<sup>405</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <https://synonyms.reverso.net/sinonimo/es/coincidir>

<sup>406</sup> El Escarabajo verde comenzó sus emisiones en el año 1997 y ha recibido numerosos premios durante su larga trayectoria.

<sup>407</sup> La aventura del saber lleva en antena más de 25 años desde el 13 de octubre de 1992.

<sup>408</sup> Rtve.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/la-aventura-del-saber/>

investigación se excluyen “las series de ficción y los géneros cinematográficos en formato de largometraje, medimetraje o cortometraje”. Sin embargo, *Días de Cine* orienta su estructura en diversos formatos. El programa se configura en forma de reportajes sobre cine de autor y comercial, entrevistas con grandes personalidades de la gran pantalla, formula homenajes a personajes del sector y acude a los festivales de mayor prestigio<sup>409</sup>.

Por consiguiente, una vez finalizada la descripción de los perfiles programáticos de los casos de estudio según el canal podemos deducir las siguientes observaciones. En primer lugar, la programación cultural de la Primera Cadena posee una mayor tendencia al entretenimiento, con formatos más livianos en contenidos que se preocupan, en mayor medida y comparativamente, de la forma de presentar las cuestiones culturales<sup>410</sup>. Además, en la mayoría de la muestra los programas cuentan con presentadores experimentados y reconocidos en la esfera pública que se comportan como el hilo conductor de las temáticas. El formato tiende hacia el magacín que conlleva un acompañamiento constante para el telespectador.

En el caso de la Segunda Cadena, la selección confiere un peso relevante a los documentales. El documental es un género propio de los contenidos culturales y formativos, pero carece en cierto modo del apoyo que recibe el público con los presentadores. En los contenidos de La2 se observa como la profundización de los contenidos es mayor que en la Primera Cadena por lo que requiere de un nivel de concentración más alto por parte de los receptores televisivos y, por consiguiente, mayor interés. Es por esto que los contenidos de la Segunda Cadena destinados en gran parte a satisfacer las premisas para el cumplimiento de servicio público no establecen sus funciones culturales tanto en el entretenimiento como en la formación del espectador.

Para concluir, cabe destacar como las diferencias entre las cuotas de audiencias de ambas cadenas experimentan un marco diferencial de especial relevancia. Las apreciaciones deducidas en este contexto sitúan a los principales contenidos de servicio público en la Segunda Cadena con una audiencia media del 2,6%.

---

<sup>409</sup> Rtv.es A la carta. Recuperado de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/dias-de-cine/>

<sup>410</sup> Baste como muestra, *Un país para comérselo* que obtuvo el premio especial *Magic Eye* a la mejor Dirección de Fotografía por el trabajo expuesto en el episodio dedicado a Menorca.

### 5.3.3.3. Catalogación por género

Resulta de especial interés la supervisión y el seguimiento de las diferentes catalogaciones que la Corporación de RTVE presenta en relación a sus contenidos programáticos. Por esta razón, el estudio se ha detenido en el presente apartado con la intención de identificar cuál es la relevancia de los contenidos de carácter cultural en el total de la muestra programática de la Corporación. Con la pretensión de realizar esta tarea con el máximo nivel de representatividad y fiabilidad, se llevará a cabo el estudio a partir de las tabulaciones por género que la Dirección de Audiencias de RTVE ha dispuesto de forma específica para el presente trabajo académico.

Por consiguiente, la exposición elaborada en el siguiente apartado pretende profundizar en las distintas subdivisiones de carácter programático que presenta el género cultural en la Corporación de RTVE. Además, resulta conveniente analizar la posición de los contenidos culturales y su relevancia en relación con el resto de la configuración de la parrilla.

En primer lugar, la investigación procura una exposición de los géneros de los contenidos culturales de La1 y La2 del año 2016 a partir de las tabulaciones del Departamento de Audiencias de RTVE. A partir de la siguiente documentación se han determinado los siguientes géneros para la Primera y Segunda Cadena.

*Tabla 7: Catalogación por género de la programación general de La1*

| <b>Día de la semana</b>        | <b>Género</b>   |
|--------------------------------|-----------------|
| Lunes a viernes <sup>411</sup> | Culturales      |
|                                | Información     |
|                                | Entretenimiento |
|                                | Concursos       |
|                                | Deportes        |
|                                | Toros           |
|                                | Música          |
|                                | Ficción         |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

En el caso del fin de semana la catalogación se mantiene idéntica a excepción del añadido “género otros” lugar que ocupa, únicamente, el “Mensaje S. M. el Rey”. La falta de representatividad de este último eslabón lo posiciona fuera de la tabla de análisis.

En la siguiente tabla se puede observar la subdivisión por géneros de la Segunda Cadena. Del mismo modo que en la tabla anterior, se ha optado por la catalogación de lunes a viernes.

---

<sup>411</sup> Cabe destacar como en el documento utilizado para el análisis el Departamento de Audiencias realiza una distinción entre la programación en emisión de lunes a viernes y de los contenidos del fin de semana.

*Tabla 8: Catalogación por género de la programación general de La2*

| <b>Día de la semana</b> | <b>Género</b>   |
|-------------------------|-----------------|
| Lunes a Viernes         | Religiosos      |
|                         | Culturales      |
|                         | Información     |
|                         | Entretenimiento |
|                         | Concursos       |
|                         | Deportes        |
|                         | Música          |
|                         | Artes Escénicas |
|                         | Ficción         |
|                         | Otros           |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

En el caso de la programación del fin de semana de La2, la única variación que se encuentra en relación a la catalogación de género emitida de lunes a viernes es el género de “Toros” con el programa de “Tendido Cero”.

A partir de las clasificaciones por género de La1 y La2 se ha podido observar como la Segunda Cadena dispone de una mayor variedad de disciplinas en su repertorio como es el caso de los géneros *Religiosos* o *Artes Escénicas*. En este sentido, se ha identificado que La2 ha trabajado en gran medida la programación para públicos minoritarios con una programación de mayor diversificación. En el caso de la Primera Cadena, las temáticas se presentan de forma general en materias extendidas. Como resultado, La1 ofrece contenidos mayoritariamente extendidos y conocidos por las audiencias con el fin de no

desorientar al espectador en cuestiones de programación experimental o minoritaria. Para concluir, se ha identificado que la Segunda Cadena adquiere un comportamiento programático alternativo como cadena lanzadera de programación distintiva.

Avanzando en nuestro razonamiento, el trabajo pretende profundizar en el objeto específico de estudio y manifiesta la relevancia de la especialidad y subespecialidad del género cultural de cada cadena. A continuación, la intención es presentar los subgrupos que conforman el género cultural de las dos cadenas generalistas de la Corporación de RTVE.

*Tabla 9: Catalogación por especialidad y subespecialidad de la programación del género cultural de La1*

| <b>Especialidad</b> | <b>Subespecialidad</b> |
|---------------------|------------------------|
| Documental          |                        |
|                     | Historia y Biografía   |
| Divulgativo/otros   |                        |
|                     | Ciencia y tecnología   |
|                     | Cine y espectáculos    |
|                     | Cocina y gastronomía   |
|                     | Deportes               |
|                     | Geografía              |
|                     | Hobbies/Ocio/Viajes    |
|                     | Multitemático          |
|                     | Música                 |
|                     | Salud/Medicina         |
|                     | Tendencias             |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

Con la intención de establecer un marco comparativo entre las subespecialidad de ambas cadenas se prosigue el análisis con la presentación de los subgrupos del género documental de la Segunda Cadena.



*Tabla 10: Catalogación por especialidad y subespecialidad de la programación del género cultural de La2*

| <b>Especialidad</b>      | <b>Subespecialidad</b>     |
|--------------------------|----------------------------|
| <b>Documental</b>        |                            |
|                          | Arte/Literatura            |
|                          | Ciencia/Tecnología         |
|                          | Cine/Espectáculos          |
|                          | Cocina/Gastronomía         |
|                          | Deportes/Geografía         |
|                          | Historia/Biografía         |
|                          | Hobbies/Ocio/Viajes        |
|                          | Multitemático              |
|                          | Música                     |
|                          | Naturaleza/Medio Ambiente  |
|                          | Otros                      |
|                          | Sociedad/Economía/Política |
| <b>Divulgativo/Otros</b> |                            |
|                          | Arte/Literatura            |
|                          | Ciencia/Tecnología         |
|                          | Cine/Espectáculos          |

Cocina/Gastronomía

Deportes

Geografía

Hobbies/Ocio/Viajes

Multitemático

Naturaleza/Medio Ambiente

Otros

Sociedad/Economía/Política

Tendencias

## **Educativo**

Idiomas

Multitemático

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

En primer lugar, con respecto a lo que nos ocupa en este apartado resulta obvio como La1 dispone de dos especialidades “Documental” y “Divulgativo/Otros” y La2 completa el género con la especialidad “Educativo”. Llegados a este punto debemos recordar como una de las tres obligaciones de servicio público de la Corporación de RTVE se presenta como “formar” o “educar” a través de la programación. Por lo tanto, se comprende que La1, la cadena de mayor nivel de audiencia, contenga en su programación formatos educativos y/o formativos. El objetivo es trasladar la programación de servicio público a la ciudadanía de la forma más eficiente posible con el fin de cumplir con la encomienda que el Estado a otorgado a las Corporación de RTVE.

En segundo lugar, resulta imprescindible el detenimiento y la diversificación de las subespecialidades en la Segunda Cadena. En una comparativa con los datos de la tabla de La1 se identifica que La2 detenta el triple de subespecialidades en el género cultural que su compañera generalista. Por consiguiente, cabe señalar el trabajo de concienciación y de dedicación en las labores culturales que presenta la Segunda Cadena. Por el contrario, La1 mantiene una variedad muy limitada y se reduce a configurar programaciones generalmente aceptadas por las grandes audiencias. Cabe mencionar que ningún canal generalista que pertenezca a la Corporación de RTVE puede ignorar la encomienda y la labor que la televisión pública tiene con la sociedad española.

Por último, es necesario ultimar el análisis de este apartado con la identificación de las especialidad y subespecialidades a las que pertenecen los formatos que conforman la muestra representativa de la investigación.

*Tabla 11: Especialidad y subespecialidad de la muestra representativa de programación cultural de La1*

| Programa                      | Especialidad       | Subespecialidad    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>UN PAÍS PARA COMÉRSELO</b> | Divulgativos/Otros | Cocina/Gastronomía |
| <b>AQUÍ LA TIERRA</b>         | Divulgativos/Otros | Ciencia/Tecnología |
| <b>CÁMARA ABIERTA 2.0</b>     | Divulgativos/Otros | Multitemático      |
| <b>SEGURIDAD VITAL</b>        | Divulgativos/Otros | Otros              |
| <b>OCHÉNTAME...OTRA VEZ</b>   | Documentales       | Historia/Biografía |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

En el caso de la Primera Cadena se puede identificar, según el orden establecido por la cuota de audiencia, que los cuatro primeros puestos pertenecen a la especialidad de “Divulgativos/Otros”. En este sentido, se expone la inquietud de la cadena líder por el género cultural en una tendencia hacia el esparcimiento y la distracción ante una perspectiva explicativa y formativa de los contenidos culturales. Cabe mencionar que, el

perfil programático de la Primera Cadena manifiesta en sus memorias anuales un compromiso estricto y una ejecución de los contenidos de índole de servicio público. Sin embargo, la encomienda de la Corporación RTVE supone cumplir las funciones de información, entretenimiento y formación, al igual que el cuidado minucioso de la cultura en formato audiovisual. Por consiguiente, debemos esclarecer como La1 no presenta programas de carácter cultural formativo en la cadena de mayor audiencia de la Corporación.

De manera que, el perfil predominante de los contenidos culturales en la especialidad “Divulgativos/Otros” permite un pequeño espacio para la competencia “Documental”. El espacio de Ochéntame...otra vez queda expuesto como el único caso de la muestra representativa que se presenta como un documental explicativo e ilustrativo localizado en la subespecialidad de Historia/Biografía.

Resulta predominante la especialidad de comida y gastronomía seguido de la ciencia y la tecnología como temáticas de mayor interés. A partir del tercer puesto, los formatos multitemáticos adquieren posiciones preferentes.

Con la pretensión de finalizar la comparativa con la Primera Cadena se dispone los datos de la muestra representativa de La2.

*Tabla 12:* Especialidad y subespecialidad de la muestra representativa de programación cultural de La2

| Programa                     | Especialidad       | Subespecialidad           |
|------------------------------|--------------------|---------------------------|
| <b>GRANDES DOCUMENTALES</b>  | Documentales       | Multitemático             |
| <b>DOCUMENTA2</b>            | Divulgativos/Otros | Otros                     |
| <b>EL ESCARABAJO VERDE</b>   | Divulgativos/Otros | Naturaleza/Medio Ambiente |
| <b>LA AVENTURA DEL SABER</b> | Educativo          | Multitemático             |
| <b>DÍAS DE CINE</b>          | Divulgativos/Otros | Cine/Espectáculos         |

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección de Audiencias de RTVE.*

Con todo, la Segunda Cadena tiene en estos casos de estudio tres tipos de especialidades. La clase programática “educativo” aparece en la selección en un modesto cuarto puesto de la clasificación en relación a la cuota de pantalla. Además, la especialidad “documental” comparece en primer lugar y dota a la cadena de un perfil típicamente cultural. Cabe señalar que el formato documental representa, como hemos podido estudiar en apartados anteriores, en gran medida los contenidos del género cultural. En relación a las subespecialidades debemos mencionar que no existe una temática predominante, los contenidos multitemáticos se mantienen como principal punto de interés. Resulta pertinente destacar como la naturaleza y medio ambiente al igual que el cine y los espectáculos se presentan como temáticas de cierto interés para los telespectadores españoles.

Por todo esto, cabe exponer la falta de atención de la Primera Cadena en relación a la programación cultural que dirige sus contenidos en base a una finalidad puramente informativa y de entretenimiento. La labor formativa de la programación, representada por los contenidos culturales en la presente investigación, aparece de forma sutil en las

parrillas de mayor audiencia de la Corporación. Mientras tanto, la Segunda Cadena se presenta como un canal temático o una cadena lanzadera de formatos culturales que pasan desapercibidos ante las audiencias y que no genera atención en la Corporación por su carácter minoritario y sus cuotas de audiencia. No obstante, resulta conveniente mencionar que la especialidad que ocupa el primer puesto de la Segunda Cadena, los documentales son, en prácticamente su totalidad, contenido adquirido por la cadena procedente de la producción externa. Por este motivo, la CRTVE debería especializarse y trabajar la práctica documental para explotar los recursos propios de la Corporación y abarcar temas de interés para la sociedad española.

#### **5.3.3.4. Horario de emisión**

El siguiente apartado expone la relevancia del momento de emisión de los programas en los periodos en los que se divide el día televisivo. El cronograma de emisión resulta ser uno de los elementos de mayor transcendencia en la presencia y el impacto de los contenidos programáticos. Por consiguiente, las franjas horarias televisivas determinan los intervalos temporales que identifican los estilos programáticos y la proporción de audiencias que se encuentran frente al televisor.

La próxima exposición se plantea con la pretensión de realizar una radiografía de los contenidos culturales de la muestra representativa y sus respectivos espacios de emisión. El objeto final de este análisis proporciona a la investigación una perspectiva de las políticas programáticas de la Corporación RTVE en relación al impacto de los contenidos culturales. Por consiguiente, resulta preciso mostrar un diagnóstico de las cadenas específicas de estudio, además de, una explicación del contexto programático del sector audiovisual en relación a las cadenas televisivas que ofrecen mayores cuotas de audiencia.

Cabe destacar, que la exposición de este apartado se ha llevado a cabo en virtud de los datos que el Departamento de Audiencias de RTVE ha facilitado especialmente para la investigación. Consecuentemente, el análisis se emprende mediante el abordaje de una documentación dotada del mayor nivel de exactitud que ha resultado posible adquirir

para el estudio. Además, con la pretensión de utilizar los periodos estandarizados del día televisivo se han declarado aptos para la investigación las siguientes franjas horarias a partir del glosario de términos de *Barlovento Comunicación*<sup>412</sup>:

Total día: (02:30 a.m. a 26:30).

Madrugada: (02:30 a.m. a 07:00).

Mañana: (07:00 a 14:00).

Sobremesa: (14:00 a 17:00).

Tarde: (17:00 a 20:30).

Noche 1 o Prime Time: (20:30 a 24:00).

Noche 2 o late night: (24:00 a 26:30).

Dicho lo anterior, prosigamos nuestro análisis con la descripción de las variaciones de audiencia del Total día de las cadenas de análisis.

En 1992, La1 mantenía una audiencia del 32,5%, por otro lado, en el año 2016 la audiencia total fue de 10,1%. La progresión de la cadena líder de RTVE ha sido de una pérdida progresiva de alrededor de 1 punto al año. Sin embargo, en un marco comparativo con el resto de cadenas, cabe destacar, como La1 con un 10,1% ha sido la única cadena generalista nacional que ha logrado crecer respecto al año 2015 que mantuvo una cuota de audiencia del 9,8% en el Total día. Además, la Primera Cadena consigue frenar por primera vez desde 1992 la progresiva caída y levantar la cuota del Total día en +0,3%. En relación al ranking de cadenas de 2016, La1 mantiene el tercer puesto frente a Antena 3 con un 12,8% y la cadena líder, Telecinco, con un 14,4%<sup>413</sup>.

En el caso del Total día de la Segunda cadena, la cuota de audiencia disminuye de forma similar. En el año 1992, La2 retiene casi el 14% hasta su descenso en 2016 a un 2,6% de cuota de pantalla. Al contrario que La1, la Segunda Cadena no consigue

---

<sup>412</sup> Glosario de términos de audiencias de televisión. Nomenclatura y definiciones de audiencias de televisión. Barlovento Comunicación. Recuperado de: <https://www.barloventocomunicacion.es/glosario-audiencias-tv/>

<sup>413</sup> Balance del año 2016. Básicos del año. Corporación de Radio y Televisión Española, p. 3.

remontar la cifra del año 2015 en el que contaba con 2,7% un décima adicional respecto al año 2016.

En la franja de Daytime (07:00 a 20:30)<sup>414</sup>, La1 se sitúa en el 10,0% y La2 en el 3,0% en comparación con el Prime time que se sitúa en 11% para La1 y en 2,2% para La2. En ambos casos, tanto en el Daytime como en la Noche 1 o Prime time la Primera Cadena se sitúa en el tercer puesto en el ranking del sector televisivo tanto público como privado.

Volviendo al tema que ocupa este apartado, resulta de especial interés la división por franjas horarias de todas las cadenas relevantes del sector y la exploración de aquellos periodos de mayor audiencia. En este sentido se hace referencia a los datos del Balance de 2016 de la Corporación que dotan a la investigación de información de gran valor<sup>415</sup>:

*Tabla 12: Marco comparativo de los años 2015 y 2016 respecto a las bandas horarias de las televisiones públicas y privadas.*

|          |                  | LA1         | La2        | T5          | A3          | CUATRO     | LA SEXTA   | AUT        | TEM TDT     | TEM PAGO   | RESTO      |
|----------|------------------|-------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|
| AÑO 2016 | <b>Total Día</b> | <b>10,1</b> | <b>2,6</b> | <b>14,4</b> | <b>12,8</b> | <b>6,5</b> | <b>7,1</b> | <b>7,4</b> | <b>28,6</b> | <b>7,0</b> | <b>3,5</b> |
|          | madrugada        | 5,9         | 1,2        | 5,0         | 5,2         | 5,4        | 3,2        | 3,5        | 54,5        | 10,2       | 5,9        |
|          | mañana           | 9,2         | 2,1        | 12,7        | 13,3        | 7,1        | 6,3        | 6,2        | 32,7        | 7,2        | 3,2        |
|          | sobremesa        | 12,2        | 3,8        | 12,1        | 11,3        | 7,5        | 7,4        | 10,3       | 26,3        | 6,1        | 3,0        |
|          | tarde            | 8,5         | 2,7        | 15,8        | 14,7        | 5,6        | 6,8        | 7,3        | 27,6        | 7,5        | 3,5        |
|          | prime time       | 11,0        | 2,2        | 15,4        | 13,3        | 6,2        | 7,7        | 7,4        | 26,2        | 7,1        | 3,5        |
|          | late night       | 8,9         | 1,9        | 17,6        | 11,7        | 7,3        | 7,1        | 4,6        | 30,7        | 6,6        | 3,6        |
| AÑO 2015 | <b>Total Día</b> | <b>9,8</b>  | <b>2,7</b> | <b>14,8</b> | <b>13,4</b> | <b>7,2</b> | <b>7,4</b> | <b>7,5</b> | <b>26,7</b> | <b>6,8</b> | <b>3,7</b> |
|          | madrugada        | 5,8         | 1,5        | 6,5         | 6,2         | 6,8        | 3,0        | 3,7        | 49,1        | 10,9       | 6,5        |
|          | mañana           | 8,6         | 1,9        | 13,9        | 13,8        | 7,4        | 6,5        | 6,5        | 30,8        | 7,1        | 3,5        |
|          | sobremesa        | 11,8        | 4,4        | 12,0        | 12,4        | 8,2        | 7,3        | 10,3       | 24,6        | 5,8        | 3,2        |
|          | tarde            | 7,8         | 2,7        | 16,3        | 15,6        | 6,7        | 6,7        | 7,3        | 26,0        | 7,3        | 3,6        |
|          | prime time       | 11,4        | 2,3        | 15,2        | 13,5        | 6,4        | 8,5        | 7,7        | 24,6        | 6,6        | 3,8        |
|          | late night       | 8,3         | 1,9        | 19,1        | 12,2        | 8,3        | 7,7        | 4,4        | 27,7        | 6,4        | 4,0        |

*Fuente: RTVE, Dirección de Análisis "Básicos del año 2016"*

De acuerdo con la tabla expuesta, La Primera Cadena se consolidó como líder en la sobremesa con un 12,2% y de la madrugada con un 5,9%. En el caso de la Segunda Cadena, principalmente, encabeza la sobremesa con un 3,8% y la tarde con un 2,7%.

<sup>414</sup> El Daytime es una franja en la que se integran los periodos de la mañana, la sobremesa y la tarde. Se trata de una denominación que abarca las franjas del día que no son la madrugada y la noche.

<sup>415</sup> Balance del año 2016. *op. cit.*, p. 7.



Telecinco lidera la tarde 15,8%, el prime time 15,4% y el late night 17,6%. La franja de la mañana está encabezada por Antena 3 con un 13,3%.

En un marco comparativo con el año 2015, la Primera Cadena consigue a lo largo de 2016 convertirse en líder de dos franjas horarias, en la madrugada y la sobremesa, en relación a sus competidores televisivos. De forma específica, la cadena Cuatro pierde su liderazgo en la madrugada con un descenso y una disminución de casi un punto y medio del 6,8% al 5,4% del 2015 al 2016. En general La1 asciende en todas sus periodos del día a excepción del prime time que sufre un descenso de -0,4% con un 11,4% en 2015 a un 11,0% en 2016. En definitiva, La1 adquiere su cota más alta en la franja se sobremesa (12,12%), seguido del prime time (11%), la mañana (9,2%), el late night (8,9%), la tarde (8,5%) y la madrugada (5,9%).

En el caso de La2 casi la totalidad de sus franjas horarias descienden en relación al año 2015, con exclusión de tarde y late night que se mantienen igualadas. Por el contrario, la mañana consigue levantar +0,2% de cuota en el año 2016. Como resultado, la franja de sobremesa lidera la cadena con una cifra del 3,8%, seguida de la tarde (2,7%), el prime time (2,2%), la mañana (2,1%), el late night (1,9%) y, por último, la madrugada (1,2%).

Por consiguiente, podemos concluir como el crecimiento de la audiencia total de los canales generalistas de la Corporación RTVE en 2016 se debe al incremento de las cuotas de pantalla experimentadas a lo largo del año por la Primera Cadena. A partir de la información anteriormente mencionada hemos elaborado la siguiente tabla comparativa.

*Tabla 13: Comparativa de las franjas de mayor audiencia por cadena y cuota.*

|    | La1              | La2             |
|----|------------------|-----------------|
| 1º | Sobremesa 12,12% | Sobremesa 3,8%  |
| 2º | Prime time 11%   | Tarde 2,7%      |
| 3º | Mañana 9,2       | Prime time 2,2% |
| 4º | Late night 8,9%  | Mañana 2,1%     |
| 5º | Tarde 8,5%       | Late night 1,9% |
| 6º | Madrugada 5,9%   | Madrugada 1,2%  |

*Fuente: Elaboración propia a partir de RTVE, Dirección de Análisis “Básicos del año 2016”*

Por consiguiente, a partir de la exposición de los datos de la tabla podemos determinar las siguientes observaciones. En primer lugar, ambas cadenas coinciden en la franja de sobremesa como el espacio de mayor audiencia. A pesar de que, en relación a los porcentajes, se encuentran diferenciados por aproximadamente un intervalo de 9 puntos. En el caso de la franja de menor audiencia, tanto La1 como La2 experimentan sus menores cuotas de audiencia. El prime time se presenta en segundo lugar con más fuerza en la Primera Cadena. Algo semejante sucede con la franja de la mañana y el late night, tercer y cuarto puesto en La1 y cuarto y quinto lugar en La2. Por lo que se refiere a la franja de la tarde (17:00 a 20:30hrs.) se plantea una importante diferenciación. En La2, la tarde se presenta en la segunda posición de mayor audiencia de la cadena, en contraste con el quinto puesto que obtiene este espacio en la Primera Cadena. Por consiguiente, la franja de la tarde en la La2 se convierte en una de las ventanas de oportunidad para la Corporación en la programación de contenidos orientados a la cultura y a la formación. En definitiva, un periodo temporal idóneo para los programas de servicio público.

Antes de detenernos en los casos de estudio, debemos hacer mención a la situación del panorama televisivo nacional según las diferencias de emisión dependiendo de los días de la semana y de los meses del año. En este sentido, se debe destacar que ninguna de las cadenas de la Corporación de RTVE ha conseguido el liderazgo de ningún día de la semana durante el año 2016. Los fines de semana son para Antena 3 con una cuota del

12,0% y la tira de Lunes-Viernes pertenece a Telecinco con un promedio del 15,8%. Los miércoles, los domingos y los jueves son los días de mayor cuota para La1, en gran medida, debido a los datos del prime time. En el contexto de La2, los lunes anota su peor cuota con un 2,4% de audiencia y de martes a domingo mantiene un promedio del 2,6%<sup>416</sup>.

A partir de los datos del Informe de Barlovento Comunicación respecto a los meses del año de mayor audiencia, se puede comprobar como Telecinco asume el liderazgo de Enero-Noviembre, la audiencia máxima del mes de diciembre pertenece a Antena 3. En definitiva, ni La1 ni La2 poseen el liderazgo de ninguno de los meses a lo largo del año. Sin embargo, el mejor mes para la Primera Cadena fue agosto con un 10,5% debido a las emisiones de los Juegos Olímpicos y la Segunda Cadena se mantiene equilibrada en le transcurso de 2016.

A partir de los datos recogidos en el presente apartado debemos analizar según las cadenas en qué espacios se encuentran los casos de estudio de la programación de carácter cultural seleccionada para nuestro objeto de estudio. Con la finalidad de llevar a cabo este cometido hemos elaborado dos tablas específicas con la programación de la selección y los horarios de emisión a partir de información localizada en la página de rtve.es.

---

<sup>416</sup> Balance del año 2016. *op. cit.*, p. 10.

Tabla 14: franjas horarias de la muestra representativa de La1.

| Título                        | Franja Horaria                             |
|-------------------------------|--|
| <b>UN PAÍS PARA COMÉRSELO</b> | Martes - Prime time/Late time<br>23:45hrs. |
| <b>AQUÍ LA TIERRA</b>         | L-V Prime time<br>20:30hrs.                |
| <b>CÁMARA ABIERTA 2.0</b>     | Sábado - Mañana<br>08:20hrs.               |
| <b>SEGURIDAD VITAL</b>        | Domingo - mañana<br>09:30hrs.              |
| <b>OCHÉNTAME...OTRA VEZ</b>   | Jueves- Noche 2 o late night<br>24:00hrs.  |

Fuente: elaboración propia a partir de la información de rtve.es

En primer lugar, se debe mencionar que ninguno de los programas de la selección en La1 se emiten en la franja de sobremesa, espacio que acumula la mayor cuota de pantalla de la Primera Cadena. En el caso del prime time se observa que de una forma clara solo se encuentra un programa de la categoría, *Aquí la tierra*, posiblemente uno de los productos audiovisuales con menor orientación de servicio público debido a la superficialidad en el tratamiento de sus contenidos. En el caso de *Un país para comérsele* y *Ochéntame otra vez* se presentan en los últimos minutos del prime time y su desarrollo tiene lugar durante el late night. Esta estrategia tiene como pretensión acumular audiencia durante la franja del prime time y que el telespectador continúe con su visionado durante el late night. Los contenidos emitidos durante los espacios comprendidos entre las 20:30hrs. y las 02:30hrs. se encuentran orientados hacia un desarrollo programático cultural que tiende a la formación a través de un formato de entretenimiento. En el caso de *Seguridad Vital* y *Cámara abierta 2.0* el espacio escogido es la mañana y en fin de semana lo que limita al público, pero sin embargo, cuenta con estructuras programáticas de mayor valor formativo y explicativo con el objetivo de incrementar el sentido crítico de los telespectadores. Por último, cabe destacar como en la franja de madrugada no se sitúa ninguno de los programas seleccionados para los casos de estudio de la presente investigación.

Una vez expuestos los principales aspectos de la Primera Cadena se llevará a cabo un examen breve de los espacios programáticos de la selección de la Segunda Cadena generalista de la Corporación.

Tabla 15: franjas horarias de la muestra representativa de La2.

| Título                | Franja Horaria                    |
|-----------------------|-----------------------------------|
| GRANDES DOCUMENTALES  | L-V Sobremesa-tarde<br>16:15hrs.  |
| DOCUMENTA2            | L-J Prime time<br>21:00hrs.       |
| EL ESCARABAJO VERDE   | Viernes - Tarde<br>18:30hrs-      |
| LA AVENTURA DEL SABER | L-J Mañana<br>10:00hrs.           |
| DIAS DE CINE          | Viernes - Prime time<br>20:30hrs. |

Fuente: elaboración propia a partir de la información de rtve.es

En relación a los espacios programáticos de La2, únicamente *Grandes Documentales* se sitúa en la franja de sobremesa y, por consiguiente, en la banda de mayor audiencia de la cadena. En prime time se observan los programas de *Documenta2* y *Días de Cine* que mantienen un enfoque de entretenimiento. En la segunda franja más codiciada de La2, la tarde, se encuentra el programa *El escarabajo verde* de carácter formativo y explicativo. De manera semejante, *La Aventura del Saber* se presenta en la franja diaria de la mañana y requiere una atención e interés manifiesto por parte de las audiencias, a pesar de que este espacio se encuentre en cuarto lugar en cuanto audiencia de la Segunda Cadena. Por último, se considera conveniente hacer mención en relación a dos franjas que se mantienen ausentes en nuestra muestra representativa que son el periodo de late night y la madrugada.

En definitiva, La1 tiene el deber fomentar la programación de carácter cultural durante el Day time y aprovechar los espacios de mayor audiencia en programación cultural de carácter envolvente y participativa que fomente la intervención ciudadana. Además, la Primera Cadena tiene el deber empezar a construir una tradición de contenido de servicio público que no suponga el espíritu de una programación poco atractiva para el público general.

En el caso de La2, la programación de carácter cultural ocupa franjas horarias que mantienen altas sus cuotas de audiencia. No obstante, se debe experimentar una mejora en los espacios del late night y la tarde con el objetivo de aumentar los contenidos de servicio público y elevar la cuota de audiencia media de la cadena.

### 5.3.3.5. Presencia programática

La pretensión en el siguiente apartado consiste en la identificación de la presencia de los contenidos de corte cultural en las parrillas de programación de los canales generalistas de la Corporación de RTVE. Con el objeto de trabajar el siguiente aspecto se utilizarán para el análisis documentos provenientes tanto de Kantar Media como del Departamento de Audiencias de RTVE.

A partir de la documentación oficial proporcionada por RTVE se procede al análisis general y específico de los minutos de emisión en los distintos géneros, horario de emisión y cadena generalista. La intención de esta sección es el análisis de los epígrafes de estudio anteriores, por cadena, horario de emisión y género, a partir de la presencia programática.

A continuación, resulta indispensable presentar los cuadros de datos en los que se encuentran los elementos de análisis. Cabe mencionar, que con el objetivo de realizar un estudio con el mayor nivel de síntesis posible se han desplazado de las tablas de datos géneros de menor impacto como son los siguientes: *religiosos, deportes, toros, concursos, artes escénicas y otros*. No obstante, incluiremos información referida a los datos excluidos que se identifique como relevante<sup>417</sup>.

En relación a los datos de la Primera Cadena se presentan la siguiente información que precisa de forma exacta las cantidades que determinan la presencia programática de los contenidos televisivos.

---

<sup>417</sup> Se trata de géneros minoritarios con insuficiente repercusión social como para ser incluidos en el análisis específico de este apartado.

Tabla 16: Duración en minutos de la programación de La1 a partir del género televisivo, el día de la semana y el horario de emisión.

|              |        |            | Total >>       | Total                    |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------|--------|------------|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|              |        |            | Género >>      |                          | ENTRETENIMIENTO          | CULTURALES               | MUSICA                   | INFORMACIÓN              | FICCIÓN                  |
| Total        | Cadena | Día semana | Hora de Inicio | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] |
| <b>Total</b> |        |            |                | 1011842                  | 122360                   | 298366                   | 119375                   | 222906                   | 186181                   |
|              | La1    |            |                | 509082                   | 93787                    | 30338                    | 43887                    | 198135                   | 115062                   |
|              |        | L-V        |                | 362199                   | 71751                    | 20162                    | 30460                    | 153437                   | 72041                    |
|              |        |            | 02:30 - 07:00  | 88293                    | 1154                     | 448                      | 29840                    | 53396                    | 1961                     |
|              |        |            | 07:00 - 14:00  | 94168                    | 49052                    | 7647                     | 156                      | 35108                    | 1479                     |
|              |        |            | 14:00 - 16:30  | 44853                    | 6951                     | .                        | .                        | 20918                    | 12292                    |
|              |        |            | 16:30 - 20:30  | 45677                    | 624                      | 1589                     | .                        | 12743                    | 30494                    |
|              |        |            | 20:30 - 24:00  | 62945                    | 6358                     | 8980                     | 239                      | 20313                    | 20249                    |
|              |        |            | 24:00 - 26:30  | 26262                    | 7612                     | 1498                     | 225                      | 10957                    | 5567                     |
|              |        | S-D        |                | 146883                   | 22036                    | 10176                    | 13428                    | 44698                    | 43021                    |
|              |        |            | 02:30 - 07:00  | 27391                    | 731                      | 109                      | 12876                    | 11251                    | 1650                     |
|              |        |            | 07:00 - 14:00  | 44738                    | 14407                    | 3984                     | .                        | 21164                    | 539                      |
|              |        |            | 14:00 - 16:30  | 20579                    | 4036                     | .                        | .                        | 5600                     | 8090                     |
|              |        |            | 16:30 - 20:30  | 20366                    | 775                      | 5330                     | 287                      | 246                      | 12829                    |
|              |        |            | 20:30 - 24:00  | 25883                    | 1302                     | 682                      | 164                      | 6016                     | 13524                    |
|              |        |            | 24:00 - 26:30  | 7927                     | 786                      | 71                       | 101                      | 420                      | 6387                     |

Fuente: Departamento de Audiencias de RTVE.

A continuación se presenta la información referida a la presencia programática en la Segunda Cadena. Los siguientes datos pretenden establecer un marco comparativo entre las dos cadenas dependiendo de las emisiones de los distintos género televisivos.

*Tabla 17: Duración en minutos de la programación de La2 a partir del género televisivo, el día de la semana y el horario de emisión.*

|       |        |            | Total >>       | Total                    |                          |                          |                          |                          |                          |
|-------|--------|------------|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|       |        |            | Género >>      |                          | ENTRETENIMIENTO          | CULTURALES               | MUSICA                   | INFORMACIÓN              | FICCIÓN                  |
| Total | Cadena | Día semana | Hora de Inicio | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] |
|       | La2    |            |                | 502760                   | 28573                    | 268028                   | 75487                    | 24772                    | 71119                    |
|       |        | L-V        |                | 358054                   | 21364                    | 187062                   | 52518                    | 18584                    | 60448                    |
|       |        |            | 02:30 - 07:00  | 70482                    | 30                       | 16674                    | 47564                    | 2581                     | 3293                     |
|       |        |            | 07:00 - 14:00  | 110722                   | 11598                    | 62261                    | 83                       | 3705                     | 26065                    |
|       |        |            | 14:00 - 16:30  | 51458                    | 157                      | 36030                    | .                        | 66                       | 5330                     |
|       |        |            | 16:30 - 20:30  | 39092                    | 5065                     | 14890                    | 132                      | 42                       | 18191                    |
|       |        |            | 20:30 - 24:00  | 56582                    | 3881                     | 44067                    | 388                      | 5636                     | 2529                     |
|       |        |            | 24:00 - 26:30  | 29717                    | 633                      | 13140                    | 4351                     | 6554                     | 5039                     |
|       |        | S-D        |                | 144706                   | 7209                     | 80967                    | 22969                    | 6188                     | 10671                    |
|       |        |            | 02:30 - 07:00  | 28957                    | 101                      | 12797                    | 14744                    | 37                       | 1277                     |
|       |        |            | 07:00 - 14:00  | 44315                    | 417                      | 19118                    | 7837                     | 5600                     | .                        |
|       |        |            | 14:00 - 16:30  | 23977                    | .                        | 19200                    | .                        | 195                      | .                        |
|       |        |            | 16:30 - 20:30  | 15493                    | 4272                     | 9725                     | 60                       | 223                      | 1069                     |
|       |        |            | 20:30 - 24:00  | 23357                    | 1584                     | 14734                    | 221                      | 77                       | 6422                     |
|       |        |            | 24:00 - 26:30  | 8608                     | 835                      | 5393                     | 107                      | 57                       | 1903                     |

*Fuente: Departamento de Audiencias de RTVE.*

La Primera Cadena se caracteriza principalmente por sus más de 198 mil minutos de emisión en relación con el género informativo. La ficción resulta la siguiente categoría predominante con 115 mil minutos seguida de la programación de entretenimiento con 93 mil minutos emitidos durante 2016. Los programas de contenido musical superan al género cultural que se reduce a 30 mil minutos anuales. En el caso de la Segunda cadena, el panorama programático se presenta ante una perspectiva diferenciada en relación a La1. El género cultural ocupa 268 mil minutos en contraste con el total emitido que suponen un conjunto de 502 minutos emitidos. En segundo lugar, se posiciona el género musical con 75 mil minutos seguido por la ficción con 71 mil minutos emitidos. La categoría de entretenimiento se mantiene a distancia junto con la información a 28 mil y 24 mil minutos emitidos respectivamente. En este sentido, La2 triplica mediante emisiones culturales el entretenimiento de La1, duplica a la ficción y supera ampliamente el género



informativo de la Primera Cadena. Además, cabe destacar como la cadena de mayor audiencia de la Corporación, La1, no dedica espacio en la parrilla a las categorías religiosas ni pertenecientes al universo de las artes escénicas.

Cabe destacar como el perfil programático de la Segunda Cadena se ha orientado hacia una esfera encauzada, principalmente, de formatos culturales. La Primera Cadena enfoca los espacios de la parrilla de programación en dirección a la retransmisión de la información, la ficción y el entretenimiento. En definitiva, la presencia programática del género cultural resulta relegada a la cadena de menor audiencia y justifica su cumplimiento mediante la Segunda Cadena. Mientras tanto La1 de RTVE mantiene una presencia residual e irrelevante en el total de sus minutos emitidos.

Resulta conveniente mencionar, que la división de la presencia programática se diferencia entre las bandas de lunes a viernes y de los fines de semana. Consecuentemente, el trabajo pretende dotar a la investigación de algunas precisiones al respecto. Por un lado, en el caso de La1, resulta de especial interés como los formatos culturales y de ficción logran emitir los fines de semana, prácticamente, la mitad de los minutos en relación al total de lunes a viernes. El fenómeno referido no se evidencia en el resto de géneros de la tabla de datos, por lo que resulta de especial inquietud la intención programática de La1 en los periodos de sábado y domingo con los minutos de naturaleza cultural. Por otro lado, en relación a La2, los fines de semana se disparan las programaciones de corte cultural en comparación con el resto de géneros. Específicamente, se emiten casi 81 mil minutos en relación a los 187 mil de la banda de lunes a viernes. Por consiguiente, los datos de la presencia programática de los distintos géneros contemplan que durante el periodo de fin de semana existe una tendencia hacia una mayor emisión de minutos del género cultural.

Una vez estudiado el contexto de la situación televisiva en cuanto a géneros en relación con las distintas cadenas de análisis, la intención es observar y analizar el caso exclusivo del género televisivo cultural en lo referente a los horarios de emisión.

*Tabla 18: Duración en minutos de la programación de La1 en relación al género cultural y los horarios de emisión.*

|       |        |            | Total >>       | Total                    |                          |
|-------|--------|------------|----------------|--------------------------|--------------------------|
|       |        |            | Género >>      |                          | CULTURALES               |
| Total | Cadena | Día semana | Hora de Inicio | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] |
| Total |        |            |                | 1011842                  | 298366                   |
|       | La1    |            |                | 509082                   | 30338                    |
|       |        | L-V        |                | 362199                   | 20162                    |
|       |        |            | Madrugada      | 88293                    | 448                      |
|       |        |            | Mañana         | 94168                    | 7647                     |
|       |        |            | Sobremesa      | 44853                    | .                        |
|       |        |            | Tarde          | 45677                    | 1589                     |
|       |        |            | Prime Time     | 62945                    | 8980                     |
|       |        |            | Late Night     | 26262                    | 1498                     |
|       |        | S-D        |                | 146883                   | 10176                    |
|       |        |            | Madrugada      | 27391                    | 109                      |
|       |        |            | Mañana         | 44738                    | 3984                     |
|       |        |            | Sobremesa      | 20579                    | .                        |
|       |        |            | Tarde          | 20366                    | 5330                     |
|       |        |            | Prime Time     | 25883                    | 682                      |
|       |        |            | Late Night     | 7927                     | 71                       |

*Fuente: Departamento de Audiencias de RTVE.*

*Tabla 19: Duración en minutos de la programación de La2 en relación al género cultural y los horarios de emisión.*

|       |        |            |                |                          |                          |
|-------|--------|------------|----------------|--------------------------|--------------------------|
|       |        |            | Total >>       | Total                    |                          |
|       |        |            | Género >>      |                          | CULTURALES               |
| Total | Cadena | Día semana | Hora de Inicio | Duración [minutos   Sum] | Duración [minutos   Sum] |
|       | La2    |            |                | 502760                   | 268028                   |
|       |        | L-V        |                | 358054                   | 187062                   |
|       |        |            | Madrugada      | 70482                    | 16674                    |
|       |        |            | Mañana         | 110722                   | 62261                    |
|       |        |            | Sobremesa      | 51458                    | 36030                    |
|       |        |            | Tarde          | 39092                    | 14890                    |
|       |        |            | Prime Time     | 56582                    | 44067                    |
|       |        |            | Late Night     | 29717                    | 13140                    |
|       |        | S-D        |                | 144706                   | 80967                    |
|       |        |            | Madrugada      | 28957                    | 12797                    |
|       |        |            | Mañana         | 44315                    | 19118                    |
|       |        |            | Sobremesa      | 23977                    | 19200                    |
|       |        |            | Tarde          | 15493                    | 9725                     |
|       |        |            | Prime Time     | 23357                    | 14734                    |
|       |        |            | Late Night     | 8608                     | 5393                     |

*Fuente: Departamento de Audiencias de RTVE.*

A partir de los datos ofrecidos por las tablas y mediante la clasificación de los horarios de emisión se han determinado algunas observaciones relevantes para la investigación. En lo referido a La1, el mayor número de minutos emitidos de lunes a viernes se sitúa en el prime time entre las 20:30 y las 24:00hrs. La segunda posición se sitúa en la mañana, seguido de la tarde, el late night y la madrugada. Cabe destacar, como en el espacio comprendido por la sobremesa no se emite ningún contenido relacionado con la programación cultural<sup>418</sup>. En el caso de los fines de semana, los formatos culturales se distribuyen de forma parecida, sin embargo, la tarde se convierte en protagonista de los contenidos dedicados al género cultural. En ambos casos, el late night y la madrugada son las franjas menos frecuentadas.

En relación a la Segunda Cadena, cabe mencionar como la franja de sobremesa ocupa el tercer puesto de lunes a viernes y el primero los fines de semana en comparación

<sup>418</sup> Además, esta peculiaridad que se observa en la franja de sobremesa coincide en comportamiento en los periodos tanto de lunes a viernes como los fines de semana.

de la emisión cero de la Primera Cadena. Resulta imprescindible añadir que el periodo de sobremesa de La2 es el espacio de mayor audiencia de la cadena con un 3,8% de cuota de pantalla total. El espacio de la mañana se convierte en el principal protagonista para los contenidos culturales de La2. A continuación, el principal género de servicio público se sitúa en el prime time, seguido de la sobremesa, la madrugada, la tarde y el late night. Cabe destacar, como los contenidos culturales en el periodo comprendido entre el lunes y viernes sitúa la madrugada en un cuarto lugar mientras que la tarde y el late night ocupan los últimos puestos. En las cuotas de pantalla totales de la cadena, la madrugada ocupa en 1,2% de cuota de pantalla del canal lo que presenta a más de 16 mil minutos emitidos en el espacio de menor público ante el televisor. Al mismo tiempo, la tarde se sitúa en una quinta posición en minutos emitidos mientras que esta franja horaria agrupa el 2,7% de la audiencia total de la Segunda Cadena.

Por consiguiente, resulta conveniente insistir en la falta de contenidos culturales en las franjas de mayor interés para el público. En el caso de La1 se convierte en una obligación fomentar los contenidos culturales en la franja de sobremesa con la intención de cumplir con el objetivo cultural encomendado a la Corporación de RTVE. Por último, la Segunda Cadena puede continuar manteniendo la insignia de televisión cultural, pero no debe convertirse en la única ventana pública de emisión de este tipo de contenidos del grupo RTVE.

Finalmente, en el punto en que se encuentra el estudio resulta necesario acudir a las tabulaciones ofrecidas por Kantar Media para extraer los datos necesarios y conocer la presencia programática de los casos de estudio. Cabe mencionar que los programas de estudio del bloque de análisis serán ofrecidos en número de programas difundidos y no por horas emitidas al tratarse de formatos televisivos específicos y definidos. Además, cabe mencionar las cuotas de pantalla en relación con la presencia programática de la muestra al tratarse del elemento de análisis que configura la muestra representativa del objeto específico de estudio.

Tabla 20: Número de emisiones y cuota de pantalla de la muestra representativa de La1.

| Título                 | N.º de emisiones | Cuota de pantalla |
|------------------------|------------------|-------------------|
| UN PAÍS PARA COMÉRSELO | 7                | 11,2%             |
| AQUÍ LA TIERRA         | 227              | 10,5%             |
| CÁMARA ABIERTA 2.0     | 54               | 10,4%             |
| SEGURIDAD VITAL        | 51               | 8%                |
| OCHÉNTAME...OTRA VEZ   | 61               | 6,5%              |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Kantar Media.

Tabla 21: Número de emisiones y cuota de pantalla de la muestra representativa de La2

| Título                | N.º de emisiones | Cuota de pantalla |
|-----------------------|------------------|-------------------|
| GRANDES DOCUMENTALES  | 332              | 4,3%              |
| DOCUMENTA2            | 551              | 2,3%              |
| EL ESCARABAJO VERDE   | 111              | 2,1%              |
| LA AVENTURA DEL SABER | 151              | 1,4%              |
| DIAS DE CINE          | 158              | 1,3%.             |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Kantar Media.

En relación a los casos de estudio de ambas cadenas resulta fundamental identificar qué programas de la clasificación presentan un mayor predominio en lo referente al número de programas emitidos durante el año 2016. En primer lugar, La1 de la CRTVE presenta al formato *Aquí la Tierra* en la primera posición con un total de 227 emisiones. En este caso, la cuota de pantalla del programa se ubica en el segundo puesto de la muestra lo que resulta un balance positivo para la programación cultural de la Primera Cadena. Además, el tipo de presencia programática de *Aquí la Tierra* resulta de especial relevancia por tratarse de un programa diario en la banda de lunes a viernes. Por el contrario, la peor posición de la muestra pertenece a *Un país para comérselo* con 7 emisiones en el año 2016 y que lamentablemente ocupa la primera posición en relación a la cuota de audiencia con un 11,2%. Consecuentemente, se debe objetar que un programa cultural como *Un país para comérselo* que dispone de una alta cuota de audiencia no debiese situarse en la franja de late night ni con una tasa tan reducida de programas emitidos. La segunda posición en cuanto a presencia programática pertenece a *Ochéntame otra vez* con 612 emisiones, seguido de *Cámara abierta 2.0* con 54 unidades

emitidas y *Seguridad Vital* con 51 emisiones. La peor cuota de audiencia con un 6,5% corresponde a *Ochéntame otra vez* que se sitúa en la segunda posición en lo referente a la presencia programativa.

En el caso de la Segunda Cadena, los datos se presentan de manera esperanzadora para los contenidos de corte cultural. La primera y segunda posición en cuanto a las cuotas de audiencia corresponden a la segunda y primera posición en relación al número de minutos emitidos con *Documenta2* que suma 551 emisiones y *Grandes Documentales* con 332 emisiones. La tercera posición pertenece a *Días de Cine* con 158 emisiones anuales, no obstante, el rango de audiencia medio se sitúa en un 1,3% la última posición de la muestra en lo referido a la cuota de pantalla. Las posiciones de presencia programática ubica a *La Aventura del Saber* en cuarto lugar con 151 emisiones y, por último, *El Escarabajo Verde* con 111 emisiones en el año y un 2,1% de cuota.

Por consiguiente, cabe mencionar como, en la medida de lo posible, la Segunda Cadena pretende o intenta posicionar sus contenidos culturales en concordancia con las cuotas de audiencia anuales. En el caso de la Primera Cadena, la percepción varía en este sentido mediante incoherencias como el caso de las emisiones de *Un país para comérselo* u *Ochéntame otra vez*. En definitiva, la revisión de los contenidos culturales de la Primera Cadena resulta un cometido indispensable y pertinente para la mejora de la presencia programática de los contenidos culturales de la Corporación de RTVE.

## 6. SEXTA PARTE

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES





## 6.1. Conclusiones

### 6.1.1. Conclusiones acerca del cumplimiento de servicio público de la televisión pública en España

Respondiendo a la hipótesis, resulta conveniente concluir que las obligaciones de servicio público de la televisión pública en España no se pueden alcanzar sin la consecución de las funciones esenciales de información, entretenimiento, formación y cultura. Por ende, la materialización de la encomienda de servicio público se lleva a cabo a través de las estrategias programáticas desde la pluralidad y la calidad en beneficio prioritario de la repercusión social y bajo el amparo de la autoridad del sistema público televisivo español, la Administración de la Corporación de Radiotelevisión Española. Ahora bien, la tendencia del Ente público hacia el beneficio social de sus programaciones no significa que la Corporación no deba de perseguir la rentabilidad comercial de sus contenidos mediante niveles de audiencia que logren una posición destacada como referencia televisiva para la sociedad española. Sin embargo, la rentabilidad económica no puede ser el motivo prioritario en las intenciones programáticas de la Corporación de RTVE. De igual modo, la aspiración de mayores cuotas de pantalla no deben nunca considerarse un argumento válido en detrimento de la calidad de ninguno de los principios generales de servicio público.

No obstante, con el objetivo único del cumplimiento de las directrices esenciales del servicio público de la CRTVE se convierte en imperativo que se lleven a buen término las funciones de servicio público descritas en las normativas pertinentes. En concreto, la programación cultural se ha convertido en el elemento clave y diferenciador de la CRTVE. El motivo de esta cuestión, resulta de la desatención de los contenidos culturales por parte del resto de medios de comunicación del escenario audiovisual. Por consiguiente, las programaciones culturales se han convertido en el elemento

diferenciador de la CRTVE en comparación con el resto de estrategias programáticas entre la totalidad de operadores televisivos de naturaleza pública y privada del panorama mediático nacional. Consecuentemente, el presente trabajo de estudio concluye que una televisión pública comprometida con el cumplimiento real de las obligaciones de servicio público tiene que trabajar unas líneas estratégicas de programación dirigidas a la consecución de una televisión cultural de calidad como una necesidad de primer orden.

Consecuentemente, resulta conveniente subrayar como la experiencia social de la televisión se ha convertido en un hábito de ocio y entretenimiento durante las últimas décadas del historial televisivo. Por consiguiente, a lo largo del trabajo, estableciendo la relación entre el marco normativo y el análisis de la programación, ha quedado constatada la insuficiencia en el alcance del cumplimiento de servicio público.

Como hemos observado a lo largo del análisis, en su evolución, la televisión pública ha experimentado numerosas circunstancias que han impedido el desarrollo pleno de los sus cometidos en relación a sus funciones, pese al refuerzo normativo del carácter público y de la misión cultural a partir de la Transición. Se ha constatado también, que uno de los desvíos más frecuentes con respecto a ese mandato público, ha sido la orientación ideológica de la programación a lo largo del tiempo, con diferente intensidad según el marco histórico.

En primer lugar, el organismo de RTVE se origina en el año 1956 en un contexto marcado sintomáticamente por un régimen político dictatorial como única televisión en España. Por este motivo, se puede concluir como el medio público ante la inexistencia de competencia mediática pone en práctica estrategias programáticas acorde con la ideología predominante en los poderes públicos. La programación de Radiotelevisión Española presenta un perfil meramente experimental como organismo pionero de televisión estatal en España.

En segundo lugar, a partir del año 1975, tras la muerte de Franco, comienza un vigoroso esfuerzo por desvincular el influjo gubernamental de los contenidos televisivos. Consecuentemente, en 1980 se aprueba el Estatuto de la Radio y la Televisión que establece las principales premisas para RTVE y califica al organismo como un servicio público esencial. La normativa supone la primera reglamentación con rango de ley que

presenta como una necesidad para el sistema democrático la construcción de un servicio de televisión público estatal de calidad. En este periodo, se consigue la primera redefinición de las líneas estratégicas de programación que engloben los objetivos principales de formar, informar y entretener en beneficio prioritario de la rentabilidad social.

En tercer lugar, con el fin del monopolio público televisivo y el inicio de la competencia programática supone la ruptura de la construcción de una televisión dominada por una finalidad de rentabilidad social para emprender un servicio televisivo de orden comercial.

Por consiguiente, desde finales de los años ochenta y hasta el comienzo de los 2000 se concluye como los contenidos programáticos experimentan un deterioro programático sin precedentes en lo referido a su carácter de servicio público. El motivo principal puede hallarse en el reparto de las cuotas de audiencia que provoca una creciente espectacularización de los contenidos televisivos. El periodo culmina con el olvido de funciones como la formación o la cultura esenciales para dar cumplimiento a las obligaciones de servicio público de RTVE.

Consecuentemente, a comienzos de la primera década del siglo XXI en España se presenta una reforma de la encomienda programática del servicio de televisión público. Este periodo lleva a término un punto de inflexión para los poderes públicos que se conciencian de la conveniencia de una reforma de la estructura y programación del organismo público de Radiotelevisión Española. En este momento, las funciones de servicio público mantienen un perfil de entretenimiento e información de insuficiente calidad e inadecuado rigor comunicativo. Por consiguiente, el Gobierno necesita realizar una revisión exhaustiva del Ente público y realizar una propuesta de reforma integral para RTVE.

Consiguientemente, en el año 2006 se aprueba la Ley para la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Esta normativa supone un nuevo plan estratégico para el funcionamiento de RTVE y el cumplimiento de la encomienda como servicio público televisivo. En consecuencia, este periodo es considerado como la gran reforma para las funciones de servicio público de RTVE.

Con la aprobación de la Ley se formulan los dos documentos legislativos que podrían fortalecer las obligaciones de servicio público y llevar a buen término el cumplimiento de la encomienda de la Corporación de RTVE: el Mandato-marco y el Contrato-programa. No obstante, el Mandato-Marco fue utilizado como guía general que no especificó direcciones específicas de funcionamiento. El Contrato-programa nunca fue creado y su inexistencia supuso una complicación añadida al cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la televisión pública española.

Con todo, en el año 2009 y 2010 se suceden dos acontecimientos en detrimento del funcionamiento y financiación de la CRTVE. En primer lugar, en 2009 La Ley de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española supone la ruptura del Ente televisivo con el sector publicitario. Asimismo, la normativa añade nuevas exigencias de servicio público para la CRTVE. En segundo lugar, en 2010 se aprueba la Ley General de Comunicación Audiovisual con el objeto de armonizar la convivencia entre los operadores televisivos públicos y privados. Consecuentemente, ambas acciones legislativas incrementan las dificultades del medio televisivo en su encomienda de servicio público al experimentar un descenso significativo de los ingresos e incrementar las obligaciones programáticas para la CRTVE.

A finales de 2016 la Corporación RTVE la modalidad de tasas por los operadores privados y de telecomunicaciones en contraprestación a RTVE no resultó sustentable para el Ente. La falta de sostenibilidad se deduce a que el resto de organismos llevan a cabo diversas tretas para eximirse de las obligaciones de pago a la CRTVE por sus funciones exclusivas de servicio público. Cabe concluir que, en el marco de la televisión la revisión histórica ha revelado que desde sus orígenes no se ha trabajado en un modelo de programación cultural y formativo provechoso, respetable y conveniente debido a la multitud de complicaciones a nivel económico, de competencia y político que se han presentado antes las puertas del Ente televisivo público. Además, del escaso apoyo que ha recibido la Corporación por partes de los poderes públicos.

A nivel de control y regulación, la investigación ha considerado como fundamental la existencia de un mecanismo de control como autoridad audiovisual autónoma. Las funciones de servicio público tienen que ser supervisadas por un

organismo independiente que no perciba influencias de otras entidades televisivas ni poderes públicos. Consecuentemente, bajo este seguimiento se puede lograr la monitorización y regulación del cumplimiento de las funciones presentadas por la legislación para la Corporación de RTVE. En relación con este aspecto, resulta una cuestión trascendental el mantenimiento de la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia. Uno de los elementos observados en este análisis, trasladado al capítulo de recomendaciones, es la necesidad de que se continúe con la emisión de informes de cumplimiento para la misión de servicio público de la CRTVE, el control de contenidos a nivel global, la cooperación con las Comunidades Autónomas, la actividad internacional y la gestión de sanciones y denuncias del la globalidad del escenario audiovisual español. En definitiva, la existencia de un organismo autónomo regulador respalda el cumplimiento de la legislación vigente en materia audiovisual y mantiene las programaciones y emisiones publicitarias bajo vigilancia mediante sanciones y penalizaciones.

En el marco programático, el trabajo concluye que la televisión pública de corte generalista resulta la fórmula idónea para la prestación de contenido de carácter cultural por poseer la capacidad de alcanzar grandes públicos y la destreza para orientar la opinión pública. La apuesta de la televisión pública en programación de corte cultural se convierte, indiscutiblemente, en una inversión a corto-medio plazo del sistema televisivo como medio público, en un sentido de responsabilidad social y con la finalidad de transmitir los valores democráticos. Consecuentemente, los contenidos de naturaleza cultural y las programaciones en del Ente público en su totalidad tienen que ser configuradas desde el conocimiento, la especialización y la percepción artística de quien es consciente de su magnitud comunicativa y de su cometido como medio de televisión de servicio público.

No obstante, en los principios de programación de la RTVE elaborados por el Consejo de Administración se ha considerado que el documento refleja cierta indefinición en la redacción de sus tareas básicas como cimiento principal para las funciones programáticas del Ente público.

Ahora bien, la CRTVE tiene que cumplir con la ejecución del nombrado Mandato-marco y del Contrato-programa. En relación a esta cuestión la investigación

sentencia la inexistencia del Contrato-programa y su carencia como herramienta esencial para garantizar el cumplimiento de servicio público debido a que no dispone de una base saludable para efectuar las acciones de programación. Asimismo, la ausencia del Contrato-programa no permite la formulación de los presupuestos en previsión al siguiente año natural, de manera que, no se conocen los recursos económicos de forma detallada para el diseño y la formulación programática.

Adicionalmente, conviene subrayar la superficialidad y vaguedad de la redacción de los objetivos generales del Mandato-marco que, a pesar de redactarse cada nueve años, no se ha renovado desde su terminación en 2016. Por último, conviene concluir la inexactitud de las memorias anuales que realiza la Corporación con periodicidad anual al no disponer de una guía de los objetivos del Ente a corto plazo y solo disponer del Mandato-marco y sus directrices a largo plazo, lo que implica cierta imprecisión en las propuestas de mejora.

### **6.1.2. Conclusiones en relación a las estrategias de programación cultural en Televisión Española**

La programación televisiva española a nivel cultural ha sufrido un continuo deterioro en sus fórmulas creativas, en la producción de los formatos, en las posiciones de las parrillas de emisión y en su repercusión respecto a las cuotas de pantalla. Por consiguiente, las programaciones divulgativas han sido relegadas a los horarios menos concurridos y dirigidas a públicos minoritarios, además de ser reemplazadas por programas de corte lúdico o informativo. De manera que se ha creado alrededor de este modelo una percepción equívoca de la función de la televisión y de sus contenidos de carácter divulgativo o formativo.

Por el contrario, las programaciones de naturaleza cultural deberían convertirse en el buque insignia de la Corporación de Radiotelevisión Española. De tal forma, que el

organismo se convirtiera en el promotor social de la información y la formación de calidad en España. Consecuentemente, el trabajo ha concluido como programación de naturaleza cultural o divulgativa todos aquellos contenidos y formatos televisivos que tienen como principal misión el desarrollo del intelecto con el objeto de incrementar la capacidad crítica de las sociedades contemporáneas.

Con la intención de resolver la coyuntura cultural de la CRTVE se escoge el año 2016 como periodo de estudio y fecha en la que culmina la vigencia del Mandato-marco con los objetivos generales para el Ente público televisivo. Por consiguiente, una vez finalizado el análisis de la muestra representativa de las cadenas generalistas de La1 y La2 de la Corporación se deben plantear diferentes dictámenes según los parámetros específicos que se han llevado a examen.

En primer lugar, respecto a la naturaleza del perfil programático de ambos canales se ha concluido que la Primera Cadena no mantiene de una manera igualitaria la presencia informativa, de entretenimiento y cultural o formativa en el total de sus programaciones. A pesar de lo que mantiene la legislación vigente y los principios generales de programación de la CRTVE, La1 se ha desviado de sus directrices originales y se ha sumado al influjo de las tendencias programáticas de los operadores comerciales. De tal manera que, se especializa en los contenidos informativos y de entretenimiento para mantener a la cadena en una posición de relevancia en relación a las cuotas de audiencia.

Por su parte, La2 parece que ha recogido la encomienda integral como canal cultural. En este caso, la cuestión principal reside en que entre ambas cadenas se produce una disparidad de casi ocho puntos en relación a los datos de audiencia. Consecuentemente, la Primera Cadena, que acumula mayor cuota de pantalla, dispone de un porcentaje muy pequeño de contenido cultural y, por otra parte, se encuentra camuflado mediante tendencias informativas y de entretenimiento. Conviene subrayar, que la Segunda Cadena parece haber recogido las creaciones programáticas que no tienen cabida en otros espacios de la parrilla, sin embargo, resultan fundamentales para el cumplimiento de las obligaciones de servicio público. El suceso anterior supone una acción en detrimento de la CRTVE que confiere un valor condescendiente a la

programación cultural y formativa. La percepción fatigosa de los espacios culturales precipitan una visión del Segundo Canal como no merecedor de altas cuotas de audiencias al no programar formatos en la misma línea que los operadores televisivos privados.

En segundo lugar, existe una importante diferenciación entre los distintos géneros y subespecialidades entre las cadenas generalistas de la CRTVE. En este sentido resulta conveniente subrayar que La2 detenta el triple de subespecialidades de géneros en comparación con los datos de La1. Consecuentemente, se deduce que la Segunda Cadena ha realizado un trabajo de gran complejidad en el diseño de programación cultural en base a su caracterización como canal especializado en la función cultural. No obstante, la Primera Cadena ha presentado una variedad muy limitada y se reduce a poner en emisión programas de dudosa naturaleza cultural y generalmente aceptados por las audiencias. De tal forma que, La1 ofrece contenidos mayoritariamente extendidos y conocidos por los públicos con la intención de no desorientar al espectador en relación a una posible programación experimental cultural. Cabe destacar como entre la multiplicidad de las subespecialidades de La2, la Primera Cadena no presenta la catalogación de programación cultural-formativa como un género imprescindible en la parrilla de emisión para la consecución de las funciones de servicio público. El presente trabajo identifica como una decisión programática inadecuada la no integración de programación cultural en la Primera Cadena por el riesgo en el descenso de las cuotas de pantalla. De tal forma que La 2 se convierte en un espacio secundario para atender las directrices del Mandato-marco y de la legislación vigente y mantener “satisfecho” al órgano regulador del sector televisivo con el objetivo de evitar sanciones y penalizaciones.

A continuación, en relación con los espacios temporales de la parrilla en los que se emite la programación cultural se presenta una disparidad significativa entre la Primera y la Segunda Cadena. En el caso de La2, la franja de la tarde ocupa el segundo puesto en referencia a las mayores cuotas de audiencia. El segmento referido es aprovechado por el canal para ubicar contenidos de corte cultural y explicativo como los documentales. Por consiguiente, La2 se convierte en una ventana de oportunidad para la difusión del conocimiento y el fomento del debate en los telespectadores españoles y ocupando un



momento idóneo para las programaciones de servicio público. En el caso de la Primera Cadena, la franja de sobremesa adquiere el mayor dato de cuota de pantalla del total del día, por el contrario, La1 no utiliza este espacio para la emisión de contenidos de corte cultural y educativo, si no que ubica contenidos de ficción. Asimismo, no se ha identificado ninguno de los programas de la muestra en la franja de mayor significación de cuota de pantalla de la Primera Cadena.

Por último, en lo referido a la presencia de los contenidos culturales resulta apreciable la desproporción entre las dos cadenas generalistas de la CRTVE. Una vez analizados los datos de emisiones proporcionados por la entidad pública se ha deducido que la Segunda Cadena emite el triple de contenidos culturales en comparación con la cifra de programas de entretenimiento de la Primera Cadena. La desigualdad entre ambos canales resulta sorprendente por el carácter equívoco a nivel de comportamiento programático de La1. La Segunda Cadena duplica en contenido cultural la ficción de La1, asimismo, La2 supera ampliamente en formación los contenidos informativos de la Primera Cadena. Resultan deducciones sorprendentes ante el argumento indiscutible de que la Corporación de Radiotelevisión Española incorpora y fomenta los principios de servicio público en la totalidad de sus programaciones y por ende, en su cadena de mayor repercusión y alcance. La Primera Cadena dedica la gran parte de su presencia programática hacia los contenidos de ficción, información y entretenimiento. La Segunda Cadena, por el contrario, ha enfocado las directrices programáticas hacia una presencia predominantemente cultural, divulgativa, formativa y explicativa.

Consecuentemente, la programación cultural de la CRTVE responde a una serie de formatos que actúan como contenido secundario y que no satisfacen los requisitos televisivos mínimos como función principal de servicio público. El contenido cultural funciona en la actualidad como un pretexto programático que el servicio público está obligado a emitir, pero en el que no deposita una confianza como programas potenciales con posibilidades de fomentar y desarrollar las capacidades intelectivas de las sociedades. No obstante, la preocupación permanente por mantener las cuotas de audiencia, sobre todo en la Primera Cadena, parece que sí producen inquietud en los órganos directivos de la CRTVE que reservan la Primera Cadena como competidor oficial frente a los

organismos privados ocupando sus espacios con programaciones de carácter informativo y de entretenimiento. La recuperación de la programación cultural en la televisión pública española resulta una necesidad perentoria para las sociedades democráticas contemporáneas.

## **6.2. Recomendaciones**

### **6.2.1. Recomendaciones para la mejora del cumplimiento de servicio público de la televisión pública en España**

En este apartado se pretende establecer una serie de recomendaciones en un estadio general para la mejora del cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la CRTVE. Por consiguiente, las especificaciones en relación al contenido programático específico se realizarán en el último capítulo de este bloque.

En primer lugar, existe una exigencia a nivel social de fomentar la cultura televisiva como una herramienta esencial para la educación y formación de las sociedades democráticas. De manera que, los contenidos televisivos alcancen la posición formativa y divulgativa real a la que la televisión pública tiene el deber de dar cumplimiento. Consecuentemente, es el deber de la Corporación de RTVE invertir esfuerzo, recursos humanos y técnicos, capital y voluntad en elaborar formatos atractivos que pongan en valor los aspectos culturales con el objeto de propiciar la cohesión social y fomentar el debate social.

En segundo lugar, la Corporación de Radiotelevisión española debe atenerse a las directrices establecidas en las legislaciones pertinentes. De manera que, se lleven a buen término las normativas elaboradas de forma específica para la televisión pública de España. Por consiguiente, resulta inevitable hacer referencia a los dos instrumentos principales para el cumplimiento de las funciones de servicio público propuestos por el Consejo de Expertos y presentes en la Ley de 2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. En primera instancia, la elaboración y renovación del Mandato-marco vigente que establezca los objetivos generales de la cadena con una periodicidad de 9 años. La exigencia de este cumplimiento subyace en su falta de renovación tras su extinción en

el año 2016 y la necesaria modernización ante un panorama audiovisual que en más de una década ha sufrido cambios sustanciales en las estructuras televisivas y en los hábitos de consumo. De tal forma, que funcione realmente como un documento guía a medio y largo plazo para el sistema de administración y dirección del ente televisivo. En segunda instancia, resulta acuciante la realización de un Contrato-programa anual que determine los objetivos específicos a corto plazo a nivel estructural y programático. De manera que se convierta en una herramienta indispensable que sustente las directrices principales en la elaboración de las estrategias programáticas del Ente público y establezca cada año los presupuestos preventivos para el gasto programático.

En tercer lugar, se deben establecer unos límites distintivos entre la filosofía televisiva de rentabilidad social y la corriente televisiva de la rentabilidad comercial. Y emprender un alejamiento de las tendencias programáticas de los operadores televisivos privados que tienen de forma directa intereses económicos y rentabilidades únicamente comerciales. En otras palabras, los poderes públicos tienen el deber de concienciar a la sociedad de que la utilidad de un servicio de televisión público es el fomento del pensamiento crítico de los ciudadanos. La información tiene que ser objetiva y plural, el entretenimiento de calidad y ajeno a la espectacularización de los contenidos. Al mismo tiempo, los contenidos culturales se tienen que potenciar como programas de interés colectivo por la variedad de sus argumentos y la sofisticación de sus formatos. Consecuentemente, resulta una necesidad fundamental recuperar a los públicos televisivos como ciudadanos y despojar a la industria cultural televisiva del concepto de consumidores de material audiovisual. De manera que se produzca un cambio de percepción en la lógica comercial de la televisión por parte de las sociedades democráticas y la televisión adquiera la concepción de herramienta cultural y formativa en apoyo a los ciudadanos. De forma que, los públicos comiencen a demandar materia cultural para consumir frente a las diversas pantallas televisivas.

Existe empero, una responsabilidad desde las competencias legislativas, gubernamentales, autoridades audiovisuales, organismos directivos y desde la propia arquitectura de la programación de la CRTVE de llevar a cabo un proceso de reconsideración y un establecimiento de las líneas programáticas televisivas.

Adicionalmente, el Ente público debe propagar las obligaciones de servicio público en las tres funciones de informar, educar y entretener. En definitiva, las directrices de servicio público no se deben encontrar únicamente en los contenidos televisivos culturales, sino en la totalidad de la programación pública como un servicio esencial para las sociedades democráticas.

En relación a la herramienta autónoma reguladora de los operadores televisivos y del sector audiovisual en España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, se debe endurecer y aumentar las funciones del mismo para el correcto funcionamiento de la industria televisiva española. Asimismo, resulta conveniente la motivación por parte de los poderes públicos de convertir el órgano regulador audiovisual en un organismo independiente que no pertenezca a una entidad multisectorial como sucede con la CNMC. Por consiguiente, en el caso de la Corporación de Radiotelevisión Española a nivel de comportamiento programático se debe conferir como principal factor de revisión la incidencia de la dimensión cultural y de los derechos democráticos que las estrategias programáticas del Ente público proporcionan a la sociedad española. De manera que la repercusión social corresponda con las distintas funciones de servicio público encomendadas por el Estado a la CRTVE.

En definitiva, las nuevas tendencias de consumo refuerzan la necesidad de la existencia de un servicio de televisión público. Asimismo, conviene mencionar la complementariedad de los medios digitales, las plataformas de video bajo demanda y el servicio de televisión estatal por la heterogeneidad en la misión de sus funciones. Por consiguiente, los poderes públicos y las audiencias deben considerar al medio público de televisión como una ventana de oportunidad en la que visualizar contenidos de corte cultural de calidad, información objetiva y plural y entretenimiento acorde con los principios generales de servicio público. En definitiva, trabajar de forma conjunta en la construcción de un referente audiovisual para el fomento de las capacidades intelectivas.

### **6.2.2. Recomendaciones en base a la programación de los contenidos culturales de Televisión Española**

La redefinición de la percepción de los contenidos culturales por parte de la televisión pública es impostergable. La visión retrógrada y de ineficacia respecto a los contenidos culturales conlleva a una perentoria reconfiguración de los formatos y contenidos de la programación divulgativa y formativa. Conviene destacar, que tanto desde el ámbito académico como televisivo se debe establecer una sinergia en la reformulación de los formatos audiovisuales propios de una televisión cultural. Lo que resulta inaceptable es la consideración de la programación que actualmente se enmascara como contenido cultural por el mero hecho de incorporar apenas algunos de los ingredientes que conforman la definición del concepto de programación cultural o formativa. Por consiguiente, la principal encomienda televisiva es apostar por la programación educativo-cultural como un reto programático fundamental para la prestación de las obligaciones de servicio público.

La elaboración de un modelo de cumplimiento concreto y eficaz con las líneas estratégicas de programación cultural. Los objetivos generales y específicos pertinentes para este tipo de contenido deben estar presentes en las líneas del próximo Mandato-marco de la CRTVE. Adicionalmente, resulta ineludible la realización de acciones específicas que se encuentren reflejadas en los Contratos-programas anuales y que estos actúen como auténticas herramientas de orientación para el diseño de las estrategias programáticas de la Corporación de Radiotelevisión Española.

A partir de los casos de estudio que se han utilizado se han establecido una serie de intervenciones para la mejora de la consecución de la programación cultural. Por consiguiente, en relación a los perfiles de las cadenas generalistas de la Corporación La1 y La2 se han llevado a buen término las siguientes consideraciones:

En primer lugar, se tiene que trabajar en la transformación de la concepción de los contenidos culturales en relación a un entendimiento como programaciones marginales y minoritarias. De manera que, La 1 tiene la responsabilidad de buscar y establecer espacios en las parrillas de programación para introducir contenidos de naturaleza cultural mediante un plan estratégico de reestructuración de los espacios de emisión. Asimismo, la Primera Cadena debería esforzarse en la elaboración de formatos divulgativos con el objetivo de potenciar el atractivo de los mismos sin exponer confusiones con las intenciones informativas o de entretenimiento. De manera que, el fortalecimiento de la programación cultural en La1 se convierte en una de las principales sendas hacia el cambio programático y la potenciación de la misión intrínseca del comportamiento programático de servicio público. A raíz del comportamiento de la Corporación acumulando el servicio de televisión cultural en la Segunda Cadena, el Consejo de Administración debe transformar su percepción de contenido no atractivo o no significativo para alcanzar altas cuotas de audiencia. A partir de este planteamiento, el esfuerzo implica que los poderes públicos comiencen una transformación en la percepción ciudadana como contenidos programáticos de gran interés social y aprovechar el recurso televisivo como una herramienta complementaria para el fomento de espacios de reflexión y de inflexión para el debate y el diálogo.

En lo referente a la programación de la CRTVE, en relación a los géneros y subespecialidades de naturaleza cultural, conviene señalar como la Primera Cadena tiene que comenzar un trabajo de concienciación y de dedicación a las labores culturales. De manera que inicie un proceso de inversión en formatos culturales y arriesgue espacios de la parrilla idóneos para este fin sin utilizar los intervalos de menores cuotas de audiencia. Asimismo, el procedimiento idóneo para la Primera Cadena es desviarse de los formatos generalmente aceptados y trabajar el programas innovadores cuya misión principal sea divulgar los valores culturales a la sociedad española. En el caso de La2, el canal debe mantener la sensibilidad que actualmente presenta ante los contenidos divulgativos y formativos con el objeto de permanecer como referente cultural público. No obstante, la Segunda Cadena tiene la obligación de fomentar la inversión en formatos de mayor atractivo visual para poner en conocimiento de los públicos la programación de naturaleza cultural y divulgativa.

A continuación, en lo referente a los distintos intervalos temporales del Total Day se han deducido algunas recomendaciones que pueden servir de guía programática para alcanzar los objetivos de servicio público en la CRTVE. En el caso de la Primera Cadena, el organismo tiene que disponer esfuerzos en utilizar las franjas horarias del Day time y los espacios de mayor audiencia para incluir contenidos de corte divulgativo de carácter envolvente y atractivo que fomente la participación ciudadana. En el caso de La2, la cadena debe experimentar una mejora en las franjas del late night y de la tarde con la incorporación de contenidos explicativos y divulgativos con el propósito de aumentar los contenidos de servicio público y elevar la cuota de audiencia media de la cadena. Por otro lado, la Corporación de RTVE tiene el deber de construir en La1, como canal público de referencia, una tradición de contenidos de servicio público que no suponga una percepción fatigosa en relación a los programas de corte cultural.

Por último, conviene enfatizar que la Primera Cadena tiene el deber de orientar sus directrices programáticas hacia un enfoque de mayor presencia programática cultural y comenzar así una lógica respecto a la repercusión social de los telespectadores. La Corporación no debe permitir que La1 mantenga una presencia programática de naturaleza cultural a nivel residual respecto al resto de sus contenidos. La CRTVE debe elevar el contenido divulgativo como un potente competidor frente a los contenidos de entretenimiento del resto de canales de la esfera audiovisual española. Al mismo tiempo, La2 tiene que mantener sus minutos emitidos en programación divulgativa, sin embargo debe incorporar programaciones que aumenten sus niveles de audiencia para que no concluya como un canal marginal e irrelevante. Por este motivo, la Segunda Cadena no tiene que aumentar el número de minutos emitidos, sino que debe mejorar a nivel estético y narrativo los contenidos culturales presentes en su programación mediante una mayor inversión en la producción y elaboración de sus formatos.

En definitiva, las anteriores acciones específicas procuran un intento de trasladar las programaciones de servicio público a la ciudadanía mediante un modelo lo más eficiente posible con el fin de cumplir con la encomienda que el Estado ha otorgado a la Corporación de Radiotelevisión Española.



## 7. SÉPTIMA PARTE:

### BIBLIOGRAFÍA



## 7.1. Libros y artículos:

Abad, L. (1999). *El Servicio Público de Televisión ante el Siglo XXI*. Madrid: Dykinson.

Albornoz, L. A. y García Leiva, M.<sup>a</sup> T. (Eds.). (2017). *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra.

Almirón, N. (2007). La deuda de Sogecable y Prisa: análisis y génesis de una estrategia empresarial global de alto riesgo. *Quaderns del CAC*, n.º 29, pp. 109-121.

Amsélem, A. J. L. (1995). El ingreso de España en la ONU: obstáculos e impulsos. *Cuadernos de historia contemporánea*, vol. 17, pp. 101-19.

Antona, T. (2014). Los orígenes de la Televisión Educativa en TVE (1958-1966). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 20, n.º especial, pp. 209-226.

Artero, J., Herrero, M. y Sánchez, A. (2005). Monopolio, oligopolio y competencia en los últimos quince años de televisión en España. *Sphera Pública*, n.º 5, pp. 83-98.

Azurmendi, A. (2007). *La reforma de la televisión pública española*. Valencia: Tirant lo blanch.

Azurmendi, A., Vidales, N. L. y Mayoral, J. L. M. (2014). La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual). *Derecom*, n.º18, pp. 1-24.

Baena, J. F. (2005). Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?. *Comunicar*, n.º 25, pp. 1-16.

Barroso, J. y Tranche, R. R. (1996). 1990-1995: La televisión de las competencias o del paso del teledrama a la telecomedia. *Archivos De La Filmoteca*, n.º 23, pp. 198-205.

Beceiro, S. (2009). *La televisión por satélite en España. Del servicio público a la televisión de pago*. Madrid: editorial Fragua.

Benito, J. M. (2017): *Las televisiones públicas en España: por qué y para qué*. Madrid: Colección Fe dérratas.

Beverley, J. (1996). Sobre la situación actual de los estudios culturales. *Asedios a la heterogeneidad cultural*, pp. 455-474.

Bienvenido, L. (Coord.). (2011). *La televisión pública a examen*. Zamora: Comunicación social Ediciones y Publicaciones.

Bueno, G. (2000). *Televisión: Apariencia y Verdad*. Barcelona: Biblioteca Económica Gedisa.

Bustamante, E. (2001). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

- (2006). *Historia de la radio y de la televisión en España. Una asignatura pendiente con la democracia*. Barcelona: Gedisa.

Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad?. *Comunicar*, n.º 25, pp. 23-27.

- (2007). *Hacia la Radiotelevisión Española de los ciudadanos*. Madrid: ediciones del Laberinto.

Camacho, R. (2006). *El ajuste de las cuentas en el Sector Audiovisual. Teoría y Práctica de la Nueva Financiación de la Televisión en España*. Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública.

Cantero, C. (2005). Los teleclubs. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, n.º 6, p. 105-126.

Caro, A. (1994). *La publicidad que vivimos*. Madrid: Eresma.

Carreras, N. (2012). *TVE en sus inicios: estudio sobre la programación*. Madrid: Fragua.

Casajosa, C. y Zahedi, F. (2016). *Historia de la televisión*. Valencia: Tirant Humanidades.

Casetti F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: instrumentos Paidós.

Cebrián, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Chillón, J. M.<sup>a</sup> y Merino, J. (1997). *Legislación de Telecomunicaciones*. Madrid: Tecnos.

Contreras, J. y Palacio, M. (2003). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis.

Díaz, L. (1999). *Informe sobre la televisión en España 1980-1998. La década abominable*. Barcelona: Ediciones B.

Diego, P. y Grandío, M.<sup>a</sup> M. (2014). Producción y programación de series cómicas de TVE en la época franquista: Jaime de Armiñán y las primeras comedias costumbristas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 105, n.º 20, pp. 105-120.

Eiroa San Francisco, M. (2006). España en el marco de las crisis mundiales de 1956. *Historia Actual Online*, n.º 10, pp. 135-144.

Fernández Alonso, I. (Ed.). (2017). *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: editorial Gedisa.

Fernández-Shaw Baldasano, F. (1977). Uniones Europeas de Radiodifusión. *Revista de Instituciones Europeas*, vol. 4, n.º 3, pp. 755-770.

Francés I Domenec, M. y Orozco Gómez, G. (Coords.). (2016). *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*. Madrid: Síntesis.

- (2017). *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. Madrid: Síntesis.

García, J. (1996). *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC Y ABC*. Navarra: ediciones Universidad de Navarra, S. A. (EUNSA).

García, A. (2004). *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa.

García, J. y Casado, J. (Eds.). (2005). *El Servicio Público de la Televisión*. Granada: Universidad de Granada.

García- Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2007). El anuncio político televisivo como herramienta de comunicación electoral. Análisis del caso: los anuncios de la campaña para las elecciones legislativas de marzo de 2004 en España. *Revista de Psicología Social*, vol. 22, n.º1. pp. 45-61.

Garitaonandia, C. y Peña, F. (2000). La gestión de la abundancia: tiempo de consumo y uso del mando a distancia en la televisión multicanal. *Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 5, n.º 9, p. 1-8.

Gavara de Cara, J. y Bárcena, J. (Eds.) (2013). *La autorregulación de los medios de comunicación como sistema de control*. España: Bosch Constitucional.

Gómez-Escalonilla, G. (2003). *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Universidad Rey Juan Carlos. Servicio de Publicaciones. Madrid: editorial Dykinson.

- (1998). *La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996*. (tesis doctoral), Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Madrid.

González, C. (2008). *Nuevas estrategias de televisión. El desafío digital. Identidad, marca y continuidad televisiva*. Madrid: ediciones Ciencias Sociales.

González, M. y Barceló, T. (2009). *La televisión. Estrategia Audiovisual*. Madrid: Fragua.

Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Quipus, ediciones Ciespal.

Gutiérrez Lozano, J. F. (2002). La divulgación científica en la programación de las televisiones generalistas. *Comunicar*, n.º 19, pp. 43-48.

Grimson, A., y Varela, M. (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Herreros, J. (2004). *El servicio público de televisión*. Valencia: Fundación de la Comunidad Valenciana para el desarrollo de la comunicación y la sociedad.

Humanes, M. L. y Fernández Alonso, I. (2015). Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 70, pp. 270-287.

Ibáñez, J. C. (2002). El reto de la audiencia ante la transformación del modelo televisivo en España (1985-1990). *Área Abierta*, n.º 2.

Jaime-Jiménez, O. (1996). Orden público y cambio político en España. *Revista Internacional de Sociología*, n.º 143, pp. 143-167.

Jiménez-Marín, G., Polo, D. y Jodar-Marín, J. Á. (2012). La TVE pública en 2011: TVE sin publicidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, pp. 14-30.

López, J. y Martín, V. (2019). Suárez y Calvo-Sotelo en la pequeña pantalla: un estudio comparado del liderazgo televisivo durante la Transición democrática en España (1976-1982). *Comunicación y Sociedad*, vol. 32, n.º 1, pp. 251-265.

Maluquer, C. L. y Franch, L. A. (2007). Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 10, n.º 62, pp. 1-10.

Manfredi Sánchez, J. L. (2011). Escenarios y retos de la televisión pública en España. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 1, pp. 49-62.

Martín, J. (1998). Pilar Miró. Directora General de RTVE. *Nosferatu. Revista de cine*, n.º 28, pp. 59-63.

Martín, M. y Berganza, M<sup>a</sup>. (2001). Votantes y medios de comunicación en las elecciones nacionales españolas de 1996: ¿exposición selectiva o influencia mediática?. *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, n.º 1, pp. 51-70.

Marzal Felici, J. (2015). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I y Universitat Pompeu Fabra.

Mateos, Pérez, J. (2008). La contraprogramación y la desprogramación en España (1989-1994). Definiciones, desarrollo y ejemplos. *Historia y comunicación social*, vol. 13, pp. 119-137.

Medem, J. (2007). *La agonía de TVE, ó, cómo se destruye la televisión pública*. España: editorial El viejo topo.

Miller, T. (2002). *Television Studies*. London: Britist Film Institute.

Montero Díaz, J. (Dir.). (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid: Cátedra (Grupo Anaya S.A.).

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudio culturales*. Buenos Aires: Amorrortu editores S.A.

Otero, J. M.<sup>a</sup> (2015). *El arte de programar. ¿El cine ha muerto. Viva la televisión!*. Madrid: Fragua.

Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

- (2006). Cincuenta años de televisión en España. *Revista Tendencias*, vol. 6, pp. 315-319.

Panera, A. (2009). *¿Por qué triunfa la televisión comercial? La dimensión empresarial de la televisión en España*. Madrid: Plaza y Valdés.

Parreño, M. J. G. (2000). La televisión pública al servicio de intereses privados. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 3, n.º 25, pp. 1-4.

Peinado Miguel, F. (1998). La radiodifusión sonora en España: evolución jurídica. *Revista General de Información y Documentación*, vol. 8, n.º 2, pp. 173-192.

Pérez-Amat, R. y Pérez-Ugeda, Á. (2006). *Sociedad, integración y TV en España*. Madrid: Laberinto.

Pérez Tornero, J. M. (2004). *TV educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo*. Documento de trabajo 46/2004. Madrid: Fundación Alternativas.

Piedrahíta, M. (1994): *El rapto de la televisión pública*. Madrid: editorial Noesis.

Prado, E. (1992). Tendencias Internacionales de programación televisiva. *Telos*, n.º 31, pp. 66-71.

Rodríguez Pastoriza, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Barcelona: Gedisa.



Rodríguez, S. (2019). *Manual del Derecho de la Comunicación Audiovisual*. Pamplona: Thomson Reuters Aranzadi.

Ruano, S. (2009). *Contenidos culturales en las televisiones generalistas. Análisis de los formatos televisivos de las cadenas públicas y privadas*. Madrid: Fragua.

- (2007). Cultura y televisión: una controvertida relación. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n.º 28, pp. 177-182.

Rueda Laffond, J. C. y Chicharro, M.<sup>a</sup> M. (2006). *La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Fragua.

Rueda Laffond, J. C. (2018). La televisión, símbolo del desarrollismo franquista: algunas claves de interpretación. *Cercles. Revista D'Historia Cultural*, vol. 21, pp. 101-129.

- (2006). Ficción televisiva en el ocaso del régimen franquista: "Crónicas de un Pueblo". *Área Abierta*, n.º 14, pp. 1-18.

Sevillano, M.<sup>a</sup> L. (Dir.). (2004). *Evaluación de programas culturales-formativos de la televisión pública*. Madrid: Dykinson.

Subías, M. H. y González, P. D. (2009). Series familiares de televisión: concepto, producción y exportación. El caso de *Médico de Familia*. *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 12, n.º 64, p. 238-247.

Tijeras, R. (2012). El cambio del PSOE en Radio Televisión Española. *Comunicación 21. Revista Científica sobre cultura y medios*, n.º 2, pp. 1-17.

- (2013). Radio Televisión Española bajo el mandato de José María Aznar. *Comunicación 21. Revista Científica sobre cultura y medios*, n.º 5, pp. 1-15.

Urdaci, A. (2005). *Días de ruido y furia. La televisión que me tocó vivir*. Barcelona: Plaza Janés.

Valdés, S. (2008). *La televisión pública desde dentro*. Madrid: Fragua.

VV.AA. (1995). *Televisión y cultura*. Valencia: Ente Público Radiotelevisión Valenciana.

VV.AA. (2007). *Televisión y cultura, una relación posible*. Santiago de Chile: LOM.

Walzer, A. (2008). Modelos de servicio público en Europa: análisis comparativo de TVE y BBC. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n.º 31, pp. 715-726.

Wellman, B. (2000). El análisis estructural: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia. *Política y sociedad*, vol. 22, pp. 1-71.

## 7.2. Legislación y normativa:

Dirección General de Medios de Comunicación Social y Boletín Oficial del Estado (1990). *Legislación sobre la radio y la televisión*. Madrid: Departamento de Programación Editorial del BOE.

### BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

Orden de 3 de noviembre de 1977 por la que se desarrolla el Real Decreto 2664/1977, de 6 de octubre, sobre libertad de información general de las emisoras de radiodifusión. “BOE” núm. 279, de 22 de noviembre de 1977, páginas 25493 a 25495.

Real Decreto 1433/1979. De 8 de junio, sobre radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia. “BOE” núm. 209, de 30 de agosto de 1980, páginas 19570 a 19571.

Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. Jefatura del Estado “BOE” núm. 11, de 12 de enero de 1980.

Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión. Jefatura del Estado “BOE” núm. 4, de 5 de enero de 1984.

Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. Jefatura del Estado “BOE” núm. 108, de 5 de mayo de 1988.

Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, relativa a la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Directiva “Televisión Sin Fronteras” (TSF).

Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Jefatura del Estado “BOE” núm. 134 de 6 de junio de 2006.

Mandato-marco de la Corporación de RTVE. Jefatura del Estado “BOE” núm. 157 de 30 de junio de 2008. (Primer mandato marco a la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, aprobado por el pleno del Congreso de los Diputados en su sesión del día 11 de diciembre del 2007 y por el pleno del Senado en su sesión del día 12 de diciembre de 2007).

Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. Jefatura del Estado “BOE” núm. 210 de 31 de agosto de 2009.

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Jefatura del Estado “BOE” núm. 79 de 1 de abril de 2010.

### **7.3. Informes:**

#### **COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA**

Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación de Radio y Televisión Española y su financiación, año 2014. 27 de julio de 2016. MSP/DTSA/001/15.

Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación de Radio y Televisión Española y su financiación, años 2015 y 2016. 27 de marzo de 2018. MSP/CNMC/001/16.

#### **CORPORACIÓN RTVE**

Principios básicos de la programación de RTVE. Consejo de Administración de RTVE. Edición: IORTV

Balance Año 2016. Básicos del año 2016. Dirección de análisis RTVE.

Cumplimiento del Mandato-marco a la Corporación de RTVE, año 2016. Objetivos Generales de la función de Servicio Público de la Corporación de RTVE. CRTVE.

Dirección Gerencia de Comunicación y Relaciones Institucionales de RTVE. Subdirección de Estudios Corporativos. *Informe Anual sobre el Cumplimiento de la Función de Servicio Público en 2004*. Madrid, 2005.

#### **- MEMORIAS DE SERVICIO PÚBLICO:**

Memoria 2014. Sobre el cumplimiento de la función de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa. CRTVE.

Memoria 2015. Sobre el cumplimiento de la función de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa. CRTVE.

Memoria 2016. Sobre el cumplimiento de la función de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa. CRTVE.

Memoria 2017. Sobre el cumplimiento de la función de Servicio Público y la Responsabilidad Social Corporativa. CRTVE.

#### **MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA**

Ministerio de la Presidencia. *Informe para la Reforma de los Medios de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado*. Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado. Madrid, febrero de 2005.

#### **BARLOVENTO COMUNICACIÓN**

Barlovento Comunicación. Análisis Televisivo 2017. Consultoría Audiovisual y Digital. Madrid, 2 de enero de 2018.

#### **DELOITTE**

Informe DIMENSION 2018. Estudio anual de Kantar Media que explora los principales problemas de planificación y medición de la comunicación desde la perspectiva de los consumidores y los líderes de la Industria.

Informe Conecta 2018. La televisión de pago es España. 5 de abril de 2018.

Informe para Televisión Abierta. Contribución a la sociedad española. Papel vertebrador de la televisión en abierto en el marco de las Industrias Culturales y Creativas. 2017.

## OTROS

Cuadernos del Audiovisual N°1. TDT un nuevo modelo de televisión. Centro de Estudios Andaluces. Consejería de la Presidencia. Sevilla 2010.

*Manifiesto contra la telebasura* (1997). Firmado por: AUC, CAVE, CEACU, CEAPA, CONCAPA, CC.OO, UGT, OCU, UCE, FIATYR (Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes, Usuarios de Medios de Comunicación).

Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía. Recopilatorio REC-CAA, Junta e Andalucía, Oficina de Defensa de la Audiencia. Sevilla, 2018. Depósito legal: SE 855-2018.

## 7.4. Artículos Online:

### COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (7 de noviembre de 2018). *El consumo de la tele en abierto (TDT) marca su nivel más bajo a causa del aumento de los abonados a la televisión de pago en España.*

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (25 de mayo de 2018). *Tres de cada 10 hogares con Internet consumen contenidos audiovisuales online de pago.*

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (20 de junio de 2018). *La CNMC sanciona a RTVE con más de un millón de euros por la emisión de publicidad no permitida.*

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2 de agosto de 2016). *La CNMC publica el primer informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público de la CRTVE.*

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (9 de noviembre de 2016). *La CNMC consulta a los ciudadanos sobre el seguimiento de la programación y su opinión sobre RTVE.*

#### **KANTAR MEDIA**

Kantar Media, sala de prensa (9 de abril de 2019). *Los medios offline mantienen su posición como los medios más fiables.*

Kantar Media, sala de prensa (5 de noviembre de 2018). *¿Cuál es el futuro de los medios tradicionales?*

Kantar Media, sala de prensa (2 de noviembre de 2017). *El fenómeno de las noticias falsas refuerza la confianza de los medios de comunicación tradicionales.*

#### **DELOITTE**

2018. *La televisión de pago en España prevé alcanzar en 2021 el 41% de los hogares españoles.* Informe Conecta 2018.

### **7.5. Datos estadísticos:**

#### **DEPARTAMENTO DE AUDIENCIAS DE RTVE**

Balance del Año 2016. Básicos del año.

Tabulación de la programación general por género de la Primera Cadena de la Corporación RTVE del año 2016

Tabulación de la programación general por género de la Segunda Cadena de la Corporación RTVE del año 2016

Tabulación de la programación general por especialidad y subespecialidad de la Primera Cadena de la Corporación RTVE del año 2016

Tabulación de la programación general por especialidad y subespecialidad de la Segunda Cadena de la Corporación RTVE del año 2016

Tabulación de la programación general total según la estructura de emisión temporal por días de la semana y horas de emisión por género de la Primera y Segunda Cadena de la Corporación RTVE del año 2016 .

## **KANTAR MEDIA**

Ranking de programación de la Primera Cadena de la Corporación RTVE

Ranking de programación de la Segunda Cadena de la Corporación RTVE

Tabulación de la programación cultural de la Primera Cadena de la Corporación RTVE

Tabulación de la programación cultural de la Segunda Cadena de la Corporación RTVE

## **7.6. Bases de datos online**

ProQuest - Social Science Database.

Web of Science

Scopus

Academic Search Premier EBSCO Discovery Service



## 7.7. Principales portales Web consultados:

**Rtve.es.** <http://www.rtve.es/>

**Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).**

Portal Web: <https://www.cnmc.es/>

**El País.** Portal Web: <https://elpais.com/>

**El Mundo.** Portal Web: <https://www.elmundo.es/>

**Kantar Media.** Portal web: <https://www.kantarmedia.com/es>

**Barlovento Comunicación.** Portal Web:  
<https://www.barloventocomunicacion.es/>

**Infoadex.** Portal Web: <http://www.infoadex.es/home/>

**Panorama Audiovisual.** Portal Web: <https://www.panoramaaudiovisual.com/>

**Ecoteuve.es.** Portal Web: <https://ecoteuve.eleconomista.es/>

**DELOITTE.** Portal Web: <https://www2.deloitte.com/es/es.html>

**Fundación Telefónica. Revista TELOS.** Portal Web:  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/>



## 8. OCTAVA PARTE

### ANEXO



## Anexo de datos

*Anexo. Tabla 22: Tabulación de la programación cultural de La1 en el año 2016.*

|        | Total >>                            | Total     |               |       |           |
|--------|-------------------------------------|-----------|---------------|-------|-----------|
| Cadena | Título                              | Emisiones | AM(000) [Med] | Cuota | AM% [Sum] |
|        |                                     | 9994      | 206           | 3     | 4623,9    |
| La1    |                                     | 1108      | 606           | 8,3   | 1508      |
|        | OT:EL REENCUENTRO                   | 3         | 3853          | 21,2  | 26        |
|        | LO MEJOR DE OPERACION TRIUNFO       | 2         | 1821          | 11,4  | 8,2       |
|        | ...A CHUS LAMPREAVE                 | 1         | 1691          | 9,7   | 3,8       |
|        | LA ANTESALA DEL MINISTERIO          | 7         | 1631          | 8,1   | 25,6      |
|        | LAS CLAVES DE EL CASO               | 13        | 1454          | 7,2   | 42,4      |
|        | TVE PRESENTA                        | 3         | 1446          | 7     | 9,7       |
|        | DESAFIA TU MENTE: BRAIN GAMES       | 44        | 1285          | 7,7   | 127       |
|        | AQUI LA TIERRA                      | 227       | 1267          | 10,5  | 645,7     |
|        | CINE DE BARRIO PRESENTACION         | 44        | 1025          | 9,5   | 101,3     |
|        | LOS ARCHIVOS DEL MINISTERIO         | 14        | 1019          | 7,3   | 32        |
|        | EL MUNDO DE CARLOS                  | 3         | 974           | 8,3   | 6,6       |
|        | DESTINOS DE PELICULA                | 17        | 621           | 7,7   | 23,7      |
|        | 2016 EN LA FAMILIA REAL             | 3         | 578           | 15,5  | 3,9       |
|        | EL CHEF DEL MAR                     | 1         | 528           | 6,8   | 1,2       |
|        | UN PAIS PARA COMERSELO              | 7         | 524           | 11,2  | 8,2       |
|        | ESTO ES VIDA!                       | 22        | 512           | 4,7   | 25,3      |
|        | OCHENTAME...OTRA VEZ                | 61        | 510           | 6,5   | 69,8      |
|        | TORRES EN LA COCINA                 | 245       | 465           | 6,9   | 255,6     |
|        | NACIDOS PARA CORRER                 | 6         | 260           | 5,8   | 3,5       |
|        | MI FAMILIA EN LA MOCHILA.FAMILY RUN | 2         | 242           | 4,5   | 1,1       |
|        | CACHITOS DE HIERRO Y CROMO          | 5         | 232           | 9,3   | 2,6       |
|        | SEGURIDAD VITAL                     | 51        | 227           | 8     | 26        |
|        | ZOOM MUSICA                         | 1         | 217           | 10,1  | 0,5       |
|        | CAMARA ABIERTA 2.0                  | 54        | 175           | 10,4  | 21,2      |
|        | ZOOM NET                            | 56        | 175           | 9,3   | 22        |
|        | ZOOM SPORT                          | 2         | 132           | 12,7  | 0,6       |
|        | COSTA ESPAÑA                        | 5         | 97            | 5,1   | 1,1       |
|        | ZOOM MUSIC EXPRESS                  | 1         | 78            | 9,5   | 0,2       |
|        | ZOOM TENDENCIAS                     | 6         | 69            | 3,2   | 0,9       |
|        | OLIMPICOS VALENCIANOS               | 43        | 69            | 0,8   | 6,7       |
|        | VIVIENDO EL MAR                     | 1         | 60            | 5,4   | 0,1       |
|        | CAMARA ABIERTA 2.0 EXPRESS          | 25        | 25            | 0,3   | 1,4       |

|  |                                       |    |    |     |     |
|--|---------------------------------------|----|----|-----|-----|
|  | REPORTAJE DEPORTIVO                   | 4  | 20 | 0,2 | 0,2 |
|  | FUERZA Y PASION                       | 1  | 17 | 0,2 | 0   |
|  | ZOOM TENDENCIAS GASTRO EXPRESS        | 9  | 16 | 0,2 | 0,3 |
|  | OPEN FOTOSUB                          | 1  | 16 | 0,2 | 0   |
|  | COCINA CON SERGIO                     | 9  | 15 | 0,2 | 0,3 |
|  | LA AVENTURA DEL SABER EXPRESS         | 3  | 14 | 0,1 | 0,1 |
|  | ZOOM TENDENCIAS EXPRESS               | 49 | 14 | 0,1 | 1,5 |
|  | ¡COMO AQUI,EN NINGUN SITIO!           | 1  | 13 | 0,2 | 0   |
|  | TRAVESIA A NADO EL RIO                | 1  | 12 | 0,1 | 0   |
|  | ZOOM NET EXPRESS                      | 15 | 12 | 0,1 | 0,4 |
|  | ZOOM SPORT EXPRESS                    | 35 | 12 | 0,1 | 0,9 |
|  | GRAN CANARIA WIND WAVES FESTIVAL      | 1  | 9  | 0,1 | 0   |
|  | EL OJO CLINICO                        | 1  | 9  | 0,1 | 0   |
|  | GRAN CANARIA,ISLA EUROPEA DEL DEPORTE | 1  | 8  | 0,1 | 0   |
|  | NIGHTRUN LAS PALMAS                   | 1  | 7  | 0,1 | 0   |
|  | CAMARA ABIERTA EXPRESS                | 1  | 6  | 0,1 | 0   |

*Fuente: Kantar Media*

*Anexo. Tabla 23: Tabulación de la programación cultural de La2 en el año 2016*

|     |                                     |      |     |     |        |
|-----|-------------------------------------|------|-----|-----|--------|
| La2 |                                     | 8886 | 156 | 2,5 | 3115,9 |
|     | NORTE AMERICA                       | 7    | 732 | 6,2 | 11,5   |
|     | HUELLAS TRASHUMANTES                | 10   | 108 | 5,5 | 2,4    |
|     | LAS ISLAS MAS SALVAJES DE INDONESIA | 10   | 367 | 5,4 | 8,2    |
|     | VELOCIDAD MORTAL                    | 12   | 346 | 5,1 | 9,3    |
|     | COLOMBIA SALVAJE                    | 6    | 345 | 5   | 4,6    |
|     | EL FRACASO EN LA CAZA               | 6    | 332 | 4,9 | 4,5    |
|     | ICONOS DE LA VIDA SALVAJE           | 6    | 275 | 4,9 | 3,7    |
|     | MUNDO NATURAL                       | 18   | 360 | 4,7 | 14,5   |
|     | LA VIDA SECRETA DE LOS CANGUROS     | 5    | 353 | 4,7 | 4      |
|     | BRASIL,UNA HISTORIA NATURAL         | 10   | 274 | 4,7 | 6,2    |
|     | MAMAS DEL REINO ANIMAL              | 12   | 403 | 4,6 | 10,9   |
|     | LA HABANA,LA BELLEZA DEL CARIBE     | 9    | 330 | 4,6 | 6,7    |
|     | DESCUBRIENDO A LOS MONOS            | 6    | 273 | 4,6 | 3,7    |
|     | SUPER PROGENITORES DEL REINO ANIMAL | 12   | 397 | 4,5 | 10,7   |
|     | ALASKA SALVAJE                      | 14   | 391 | 4,5 | 12,3   |
|     | EL RIO CONGO                        | 8    | 387 | 4,5 | 7      |
|     | LA TIERRA:UN NUEVO ENTORNO NATURAL  | 15   | 368 | 4,5 | 12,4   |
|     | LAS ISLAS MAS SALVAJES              | 25   | 344 | 4,5 | 19,3   |
|     | LAS ISLAS GRIEGAS                   | 33   | 297 | 4,4 | 22     |
|     | GRANDES DOCUMENTALES                | 332  | 491 | 4,3 | 366,4  |
|     | EL NILO,RIO SUPREMO                 | 15   | 440 | 4,3 | 14,8   |
|     | EL SALVAJE NORTE                    | 9    | 380 | 4,3 | 7,7    |

|  |   |     |     |     |      |
|--|---|-----|-----|-----|------|
|  | MIRANDO AL ATLANTICO                              | 12  | 377 | 4,3 | 10,2 |
|  | DELFINES.UN ESPIA EN LA MANADA                    | 9   | 420 | 4,2 | 8,5  |
|  | BRASIL SALVAJE                                    | 15  | 407 | 4,2 | 13,7 |
|  | FLORENCIA:LA CIUDAD DE LOS TALENTOS               | 6   | 307 | 4,2 | 4,1  |
|  | TRENES EXTREMOS                                   | 20  | 268 | 4,2 | 12   |
|  | LATINOAMERICA SALVAJE                             | 20  | 242 | 4,2 | 10,8 |
|  | UNA NOCHE EN LA TIERRA:AFRICA                     | 6   | 372 | 4,1 | 5    |
|  | EL REY DE LAS MONTAÑAS:EL AGUILA REAL             | 5   | 325 | 4,1 | 3,6  |
|  | EL LADO OSCURO DE LOS COCODRILOS                  | 5   | 321 | 4,1 | 3,6  |
|  | CANADA SALVAJE                                    | 20  | 294 | 4,1 | 13,2 |
|  | LA VIDA EN EL ARRECIFE                            | 15  | 365 | 4   | 12,3 |
|  | TIBURON   | 6   | 344 | 4   | 4,6  |
|  | 24 HORAS EN EL PLANETA TIERRA                     | 6   | 313 | 4   | 4,2  |
|  | EL DESPERTAR DE LA NATURALEZA:PRIMAVERA EN EUROPA | 6   | 306 | 4   | 4,1  |
|  | LA FAMILIA DE LOBOS ARTICOS Y YO                  | 7   | 292 | 4   | 4,6  |
|  | EL ARTICULO MAS SALVAJE                           | 26  | 246 | 4   | 14,3 |
|  | REINOS OCULTOS                                    | 12  | 245 | 4   | 6,6  |
|  | GIGANTES DE LAS PROFUNDIDADES                     | 7   | 330 | 3,9 | 5,2  |
|  | EL SALVAJE OESTE                                  | 17  | 308 | 3,9 | 11,7 |
|  | MICRO MONSTRUOS                                   | 6   | 224 | 3,9 | 3    |
|  | EXPERIMENTO:TIBURON AL ATAQUE                     | 5   | 362 | 3,8 | 4,1  |
|  | SRI LANKA SALVAJE                                 | 8   | 348 | 3,8 | 6,2  |
|  | AFRICA EXTREMA                                    | 17  | 318 | 3,8 | 12,1 |
|  | AUSTRALIA SALVAJE                                 | 15  | 311 | 3,8 | 10,5 |
|  | CAZADORES CREATIVOS                               | 15  | 305 | 3,8 | 10,3 |
|  | LA VIDA EN EL PLANETA TIERRA                      | 15  | 284 | 3,8 | 9,6  |
|  | LAS GRANDES MIGRACIONES                           | 11  | 294 | 3,7 | 7,3  |
|  | LAS ISLAS GALAPAGOS                               | 6   | 291 | 3,7 | 3,9  |
|  | CIUDADES ESPAÑOLAS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD     | 6   | 249 | 3,7 | 3,4  |
|  | PLANETA DINOSAURIO                                | 6   | 360 | 3,6 | 4,8  |
|  | JAPON,EL REGRESO A LAS RAICES                     | 5   | 352 | 3,6 | 4    |
|  | TIBURONES DEL CAÑON DE CORAL                      | 5   | 268 | 3,6 | 3    |
|  | WILD MENU   | 106 | 215 | 3,6 | 51,2 |
|  | LA IDENTIDAD DE DOS CACHORROS                     | 5   | 250 | 3,5 | 2,8  |
|  | HAWAI SALVAJE                                     | 6   | 242 | 3,5 | 3,3  |
|  | EL CINE DE LA 2:PRESENTACION                      | 7   | 519 | 3,4 | 8,2  |
|  | LA AVENTURA DEL AGUA                              | 10  | 344 | 3,4 | 7,7  |
|  | AFRICA SALVAJE                                    | 22  | 307 | 3,4 | 15,2 |
|  | INGENIERIA ROMANA                                 | 8   | 279 | 3,4 | 5    |
|  | GRANDES VIAJES FERROVIARIOS CONTINENTALES         | 41  | 234 | 3,4 | 21,5 |
|  | LAS COSTAS DE IRLANDA                             | 35  | 213 | 3,4 | 16,8 |
|  | UN MUNDO APARTE                                   | 60  | 191 | 3,3 | 25,8 |

|  |  |     |     |     |       |
|--|--|-----|-----|-----|-------|
|  | EL UNIVERSO HUMANO                             | 7   | 287 | 3,2 | 4,5   |
|  | LA TORRE EIFFEL AL DESCUBIERTO                 | 5   | 213 | 3,2 | 2,4   |
|  | LAS CINCO CLAVES                               | 5   | 319 | 3,1 | 3,6   |
|  | EL REINO DE LOS SIMIOS                         | 6   | 268 | 3,1 | 3,6   |
|  | GRANDES VIAJES EN TREN POR EUROPA              | 10  | 224 | 3,1 | 5     |
|  | EL GIGANTE DEL ARTICCO                         | 6   | 193 | 3,1 | 2,6   |
|  | PLANETA COMIDA                                 | 30  | 149 | 3,1 | 10    |
|  | LAS PRINCESAS AMERICANAS DEL MILLON DE DOLARES | 9   | 328 | 3   | 6,6   |
|  | GRANDES CATACLISMOS                            | 6   | 282 | 3   | 3,8   |
|  | SABORES DE HAWAI:LA MAGIA DEL PACIFICO         | 7   | 231 | 3   | 3,6   |
|  | ANIMALES QUE CAMBIARON LA HISTORIA             | 12  | 217 | 3   | 5,9   |
|  | CAPRI Y LAS ISLAS ROMANTICAS                   | 5   | 204 | 3   | 2,3   |
|  | TESOROS DEL ANTIGUO EGIPTO                     | 15  | 290 | 2,9 | 9,8   |
|  | JAPON,LAS ISLAS DESCONOCIDAS                   | 5   | 248 | 2,9 | 2,8   |
|  | JARA Y SEDAL                                   | 35  | 228 | 2,9 | 17,9  |
|  | PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD                     | 53  | 207 | 2,9 | 24,7  |
|  | TROTAMUNDOS                                    | 52  | 185 | 2,9 | 21,6  |
|  | RED NATURA 2000                                | 28  | 170 | 2,9 | 10,7  |
|  | EL UNIVERSO                                    | 17  | 269 | 2,8 | 10,3  |
|  | EN EL CORAZON DE NOTRE DAME                    | 6   | 159 | 2,8 | 2,1   |
|  | EN LA CIUDAD PROHIBIDA                         | 10  | 319 | 2,7 | 7,2   |
|  | LAS ESCAPADAS GASTRONOMICAS DE JAMIE           | 18  | 228 | 2,7 | 9,2   |
|  | APOCALIPSIS:LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL          | 11  | 200 | 2,7 | 4,9   |
|  | TAJO INTERNACIONAL.LA FRONTERA QUE UNE         | 11  | 196 | 2,7 | 4,8   |
|  | LA COMIDA RECONFORTANTE DE JAMIE               | 20  | 194 | 2,7 | 8,7   |
|  | CUENTA ATRAS PARA UNA CATASTROFE               | 6   | 181 | 2,7 | 2,4   |
|  | PUEBLOS DE EUROPA                              | 17  | 137 | 2,7 | 5,2   |
|  | TURISMO RURAL EN EUROPA                        | 21  | 130 | 2,7 | 6,1   |
|  | SENDEROS DE GRAN RECORRIDO                     | 5   | 46  | 2,7 | 0,5   |
|  | VERSION ESPAÑOLA PRESENTACION                  | 39  | 416 | 2,6 | 36,4  |
|  | LAS ESPOSAS DE LOS DICTADORES                  | 8   | 337 | 2,6 | 6,1   |
|  | DIARIO DE UN NOMADA                            | 46  | 253 | 2,6 | 26,2  |
|  | VIAJE A LA MONTAÑA DE FUEGO                    | 10  | 250 | 2,6 | 5,6   |
|  | ANH EN GRAN BRETAÑA                            | 13  | 167 | 2,6 | 4,9   |
|  | PACIFICO                                       | 20  | 278 | 2,5 | 12,5  |
|  | COCINAS DEL PLANETA                            | 27  | 267 | 2,5 | 16,2  |
|  | LA ARQUEOLOGIA:UNA HISTORIA SECRETA            | 14  | 209 | 2,5 | 6,6   |
|  | ESPAÑA ENTRE EL CIELO Y LA TIERRA              | 44  | 71  | 2,5 | 7     |
|  | HISTORIA DE NUESTRO CINE:PRESENTACION          | 260 | 409 | 2,4 | 238,9 |
|  | EN EL OJO DEL HURACAN                          | 6   | 262 | 2,4 | 3,5   |
|  | EL MARIDO DE LA REINA                          | 5   | 225 | 2,4 | 2,5   |
|  | EL BAHDJA                                      | 7   | 203 | 2,4 | 3,2   |
|  | EN BUSCA DE JOSEFINA                           | 6   | 192 | 2,4 | 2,6   |



|  |  |     |     |     |       |
|--|--|-----|-----|-----|-------|
|  | CLIMAS EXTREMOS                                    | 12  | 189 | 2,4 | 5,1   |
|  | MERCADOS TRADICIONALES DEL MUNDO                   | 10  | 119 | 2,4 | 2,7   |
|  | MUJERES Y ARMAS                                    | 6   | 97  | 2,4 | 1,3   |
|  | MEDINA   | 33  | 66  | 2,4 | 4,9   |
|  | LA GRAN ODISEA DE LA HUMANIDAD                     | 9   | 274 | 2,3 | 5,5   |
|  | PARAISOS CERCANOS                                  | 49  | 205 | 2,3 | 22,5  |
|  | DOCUMENTA2   | 551 | 190 | 2,3 | 234,7 |
|  | SABORES DE LAS PEQUEÑAS PERLAS DEL CARIBE          | 9   | 156 | 2,3 | 3,1   |
|  | LA CURA DE LA ALERGIA                              | 5   | 132 | 2,3 | 1,5   |
|  | CUADERNOS DE PASO                                  | 20  | 112 | 2,3 | 5     |
|  | TECNICAS FORENSES PIONERAS                         | 11  | 267 | 2,2 | 6,6   |
|  | COMO EL CLIMA DETERMINO LA HISTORIA                | 11  | 205 | 2,2 | 5,1   |
|  | EXPLORADORES DEL SABOR                             | 9   | 191 | 2,2 | 3,9   |
|  | OPERACION STONEHENGE:¿QUE YACE BAJO LA SUPERFICIE? | 10  | 185 | 2,2 | 4,2   |
|  | COSTA ESPAÑA                                       | 18  | 171 | 2,2 | 6,9   |
|  | LA VERDADERA HISTORIA DE LA CIENCIA FICCION        | 7   | 159 | 2,2 | 2,5   |
|  | EL UNIVERSO ESCONDIDO                              | 19  | 39  | 2,2 | 1,7   |
|  | AMERICA MITICA                                     | 11  | 39  | 2,2 | 1     |
|  | CACHITOS DE HIERRO Y CROMO                         | 66  | 259 | 2,1 | 38,4  |
|  | MI FAMILIA EN LA MOCHILA.FAMILY RUN                | 22  | 258 | 2,1 | 12,7  |
|  | BRAIN GAMES  | 26  | 252 | 2,1 | 14,7  |
|  | DESTINO:ESPAÑA                                     | 151 | 242 | 2,1 | 82,2  |
|  | JAMIE POR GRAN BRETAÑA                             | 17  | 165 | 2,1 | 6,3   |
|  | EL ESCARABAJA VERDE                                | 111 | 135 | 2,1 | 33,8  |
|  | HIJOS DE LAS ESTRELLAS                             | 20  | 113 | 2,1 | 5,1   |
|  | UNIVERSO AUTISTA                                   | 5   | 69  | 2,1 | 0,8   |
|  | COMIDA A LO GRANDE                                 | 13  | 276 | 2   | 8,1   |
|  | ECONOMIA DE BOLSILLO                               | 13  | 213 | 2   | 6,2   |
|  | SABORES DE SABOYA:VALLES DE LEYENDA                | 8   | 180 | 2   | 3,2   |
|  | URBANITAS POR EL CAMPO                             | 14  | 150 | 2   | 4,7   |
|  | LA LUCHA DE MUHAMMAD ALI                           | 5   | 118 | 2   | 1,3   |
|  | LA NOCHE TEMATICA                                  | 199 | 78  | 2   | 34,8  |
|  | BABEL EN TVE                                       | 21  | 71  | 2   | 3,3   |
|  | MUJERES VIAJERAS                                   | 6   | 234 | 1,9 | 3,2   |
|  | BATALLAS CRUCIALES DE LA HISTORIA                  | 9   | 228 | 1,9 | 4,6   |
|  | LA EVOLUCION DEL MAL                               | 11  | 191 | 1,9 | 4,7   |
|  | EL MISTERIO DE LA MOMIA REAL                       | 7   | 180 | 1,9 | 2,8   |
|  | SALVAR EL TITANIC                                  | 9   | 179 | 1,9 | 3,6   |
|  | DOCUMASTER   | 106 | 178 | 1,9 | 42,3  |
|  | EL GRAN CAFE ITALIANO                              | 17  | 161 | 1,9 | 6,2   |
|  | LAS REINAS GUERRERAS SAMURAI                       | 7   | 150 | 1,9 | 2,4   |
|  | VIAS ROMANAS EN EUROPA                             | 6   | 144 | 1,9 | 1,9   |
|  | EL BOSQUE PROTECTOR                                | 66  | 111 | 1,9 | 16,4  |

|  |  |     |     |     |      |
|--|--|-----|-----|-----|------|
|  | ARMAS EN AMERICA:DESPUES DE NEWTOWN                      | 5   | 107 | 1,9 | 1,2  |
|  | HEROES INVISIBLES  | 8   | 107 | 1,9 | 1,9  |
|  | AMERICA MITICA 2   | 14  | 30  | 1,9 | 1    |
|  | JAPON, EL REGRESO A LAS RAICES                           | 5   | 222 | 1,8 | 2,5  |
|  | EL CAZADOR DE CEREBROS                                   | 13  | 187 | 1,8 | 5,5  |
|  | EL DIA D:ELLOS INVENTARON EL DESEMBARCO                  | 5   | 162 | 1,8 | 1,8  |
|  | COMIDAS CARAS  | 18  | 153 | 1,8 | 6,2  |
|  | COMANDANTE EN JEFE:EN EL DESPACHO OVAL                   | 6   | 142 | 1,8 | 1,9  |
|  | VERSION ESPAÑOLA COLOQUIO                                | 39  | 212 | 1,7 | 18,5 |
|  | CONCHA VELASCO, MEMORIA VIVA                             | 5   | 172 | 1,7 | 1,9  |
|  | EL DIARIO PERDIDO DEL DOCTOR LIVINGSTONE                 | 6   | 152 | 1,7 | 2,1  |
|  | DOCUMENTALES DE LA 2                                     | 58  | 144 | 1,7 | 18,8 |
|  | COMARCA DEL ARLANZA:LA EPICA DE UN PUEBLO                | 7   | 142 | 1,7 | 2,2  |
|  | EL LEGADO CELTA  | 5   | 135 | 1,7 | 1,5  |
|  | VIVE LA VIA  | 28  | 134 | 1,7 | 8,4  |
|  | CHERNOBIL:¿UNA HISTORIA NATURAL?UN ENIGMA RADIOECOLOGICO | 5   | 130 | 1,7 | 1,5  |
|  | EL NEOLITICO:PUERTA DE LA CIVILIZACION                   | 5   | 130 | 1,7 | 1,5  |
|  | LA MINI EN CORTO   | 5   | 106 | 1,7 | 1,2  |
|  | OFICIORAMA:OFICIOS DEL FUTURO                            | 25  | 104 | 1,7 | 5,8  |
|  | LOS SETENTA  | 14  | 88  | 1,7 | 2,8  |
|  | ORBITA LAIKA:LA NUEVA GENERACION                         | 12  | 192 | 1,6 | 5,2  |
|  | 80 CM  | 48  | 150 | 1,6 | 16,2 |
|  | AL FILO DE IMPOSIBLE                                     | 5   | 143 | 1,6 | 1,6  |
|  | RUTA QUETZAL BBVA  | 14  | 137 | 1,6 | 4,3  |
|  | DIETRICH GARBO, EL ANGEL Y LA DIVINA                     | 5   | 136 | 1,6 | 1,5  |
|  | EN BUSCA DE STEELE                                       | 5   | 71  | 1,6 | 0,8  |
|  | CAPITAN Q  | 8   | 47  | 1,6 | 0,9  |
|  | INDONESIA MITICA   | 9   | 27  | 1,6 | 0,5  |
|  | LA HISTORIA DESCONOCIDA DE LA GRAN ARMADA ESPAÑOLA       | 7   | 190 | 1,5 | 3    |
|  | EL OJO CLINICO   | 28  | 160 | 1,5 | 10,1 |
|  | THIS IS OPERA  | 8   | 150 | 1,5 | 2,7  |
|  | LOS AÑOS VERTIGINOSOS                                    | 6   | 128 | 1,5 | 1,7  |
|  | HISTORIAS DE TRENES                                      | 8   | 55  | 1,5 | 1    |
|  | FLASH MODA MONOGRAFICOS                                  | 10  | 52  | 1,5 | 1,2  |
|  | TVE ENGLISH  | 110 | 32  | 1,5 | 7,8  |
|  | AL PUNTO, GRANDES CHEFS                                  | 16  | 106 | 1,4 | 3,8  |
|  | LA CONQUISTA DEL MUNDO, FERNANDO MAGALLANES              | 5   | 75  | 1,4 | 0,8  |
|  | LA AVENTURA DEL SABER                                    | 151 | 36  | 1,4 | 12,3 |
|  | MUJERES QUE HICIERON LA HISTORIA                         | 12  | 164 | 1,3 | 4,4  |
|  | MUSICA LIGERISIMA!                                       | 13  | 116 | 1,3 | 3,4  |
|  | DOS CRIMENES POR SEMANA                                  | 6   | 102 | 1,3 | 1,4  |
|  | COSMONAUTAS:¿COMO GANO RUSIA LA CARRERA ESPACIAL?        | 6   | 89  | 1,3 | 1,2  |

|  |  |      |     |     |      |
|--|--|------|-----|-----|------|
|  | DIAS DE CINE                                   | 158  | 88  | 1,3 | 31,1 |
|  | A LA CARRERA                                   | 5    | 41  | 1,3 | 0,5  |
|  | 50 AÑOS DE...                                  | 46   | 141 | 1,2 | 14,6 |
|  | IMPRESINDIBLES                                 | 52   | 136 | 1,2 | 15,9 |
|  | YO MONO  | 10   | 113 | 1,2 | 2,5  |
|  | FESTIVAL CINE DE SAN SEBASTIAN                 | 5    | 94  | 1,2 | 1,1  |
|  | NAPOLEON                                       | 6    | 87  | 1,2 | 1,2  |
|  | LIBROS CON UASABI                              | 16   | 84  | 1,2 | 3    |
|  | TRUCKS,ESTRELLAS EN LA CARRETERA               | 16   | 82  | 1,2 | 3    |
|  | LA TRAGEDIA ELECTRONICA                        | 7    | 76  | 1,2 | 1,2  |
|  | MUNDO HACKER                                   | 27   | 53  | 1,2 | 3,2  |
|  | TV UNED  | 123  | 19  | 1,2 | 5,2  |
|  | HISTORIA DE NUESTRO CINE:COLOQUIO              | 50   | 139 | 1,1 | 15,6 |
|  | ZOOM TENDENCIAS                                | 9    | 87  | 1,1 | 1,8  |
|  | ARQUEOMANIA                                    | 11   | 25  | 1,1 | 0,6  |
|  | CACHITOS                                       | 11   | 86  | 1   | 2,1  |
|  | ATENCION OBRAS                                 | 102  | 83  | 0,9 | 18,9 |
|  | ENTRE 2 AGUAS                                  | 16   | 53  | 0,9 | 1,9  |
|  | LA SALA  | 9    | 49  | 0,9 | 1    |
|  | CAMARA ABIERTA 2.0 EXPRESS                     | 36   | 47  | 0,9 | 3,8  |
|  | EDIFICIOS                                      | 8    | 21  | 0,9 | 0,4  |
|  | EL GRECO,ALMA Y LUZ UNIVERSALES                | 6    | 18  | 0,9 | 0,2  |
|  | LA MITAD INVISIBLE                             | 17   | 118 | 0,8 | 4,5  |
|  | PAGINA2  | 104  | 64  | 0,8 | 15   |
|  | ESPACIO EMPRESA                                | 11   | 29  | 0,8 | 0,7  |
|  | EL PRINCIPE EUGENIO Y EL IMPERIO OTOMANO       | 6    | 80  | 0,7 | 1,1  |
|  | ZOOM MUSIC EXPRESS                             | 13   | 47  | 0,7 | 1,4  |
|  | TWIGGY,EL ROSTRO DE LOS 60                     | 5    | 26  | 0,7 | 0,3  |
|  | RITMO URBANO                                   | 19   | 22  | 0,7 | 0,9  |
|  | TAMBIEN ENTRE LOS PUCHEROS ANDA EL SEÑOR       | 7    | 17  | 0,7 | 0,3  |
|  | CONGELADO EN EL TIEMPO,NUESTRA HISTORIA EN 3D  | 5    | 90  | 0,6 | 1    |
|  | LA AVENTURA DEL SABER EXPRESS                  | 245  | 46  | 0,6 | 25,4 |
|  | LA DAMA DE CAO:EL MISTERIO DE LA MOMIA TATUADA | 5    | 37  | 0,6 | 0,4  |
|  | ZOOM TENDENCIAS EXPRESS                        | 173  | 40  | 0,5 | 15,5 |
|  | ZOOM NET EXPRESS                               | 95   | 32  | 0,5 | 6,7  |
|  | ZOOM TENDENCIAS GASTRO EXPRESS                 | 34   | 30  | 0,5 | 2,3  |
|  | THAT'S ENGLISH                                 | 1056 | 3   | 0,5 | 7,2  |
|  | ZOOM SPORT EXPRESS                             | 13   | 38  | 0,4 | 1,1  |
|  | BUBBLES  | 68   | 24  | 0,3 | 3,6  |
|  | CAMARA ABIERTA EXPRESS                         | 5    | 23  | 0,3 | 0,3  |
|  | AMB IDENTITAT                                  | 15   | 14  | 0,3 | 0,5  |
|  | MOMENTS  | 35   | 11  | 0,2 | 0,9  |

|  |                                      |    |    |     |     |
|--|--------------------------------------|----|----|-----|-----|
|  | AIXO QUE ES?                         | 23 | 12 | 0,1 | 0,6 |
|  | ANIMALADES                           | 9  | 10 | 0,1 | 0,2 |
|  | RACONS                               | 8  | 9  | 0,1 | 0,2 |
|  | HISTORIES DE TAULA I LLIT            | 9  | 9  | 0,1 | 0,2 |
|  | INSPIRA                              | 12 | 8  | 0,1 | 0,2 |
|  | DE MUSEUS                            | 10 | 8  | 0,1 | 0,2 |
|  | CIMS                                 | 9  | 7  | 0,1 | 0,1 |
|  | NOMS PROPIS                          | 65 | 7  | 0,1 | 1   |
|  | COL·LECCIO BASSAT D'ART CONTEMPORANI | 9  | 7  | 0,1 | 0,1 |
|  | #TINCUNAIDEA                         | 62 | 7  | 0,1 | 0,9 |
|  | PUNTS DE VISTA                       | 13 | 6  | 0,1 | 0,2 |
|  | ENTRE VINYES                         | 8  | 6  | 0,1 | 0,1 |
|  | TELEPLANETA                          | 37 | 4  | 0   | 0,3 |
|  | IGUAL-ES                             | 6  | 3  | 0   | 0   |

*Fuente: Kantar Media*

*Anexo. Tabla 24: Ranking La1 de los 50 programas culturales de mayor audiencia*

| Título                        | Ámbitos de emisión | Fecha      | Género     | Emisiones | Cuota       |
|-------------------------------|--------------------|------------|------------|-----------|-------------|
| <b>Total</b>                  |                    |            |            | <b>50</b> | <b>14,1</b> |
| OT:EL REENCUENTRO             | GEN                | 16/10/2016 | CULTURALES | 1         | 24,8        |
| OT:EL REENCUENTRO             | GEN                | 23/10/2016 | CULTURALES | 1         | 20,9        |
| OT:EL REENCUENTRO             | GEN                | 30/10/2016 | CULTURALES | 1         | 17,5        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 11/07/16   | CULTURALES | 1         | 14,3        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 21/11/2016 | CULTURALES | 1         | 14          |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 23/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13,6        |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES  | GEN                | 15/09/2016 | CULTURALES | 1         | 11,7        |
| LA ANTESALA DEL MINISTERIO    | GEN                | 04/04/16   | CULTURALES | 1         | 9,8         |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 14/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13,6        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 15/12/2016 | CULTURALES | 1         | 14,3        |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES  | GEN                | 22/09/2016 | CULTURALES | 1         | 10,8        |
| LAS CLAVES DE EL CASO         | GEN                | 15/03/2016 | CULTURALES | 1         | 9,5         |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 11/08/16   | CULTURALES | 1         | 13,4        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 28/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13,2        |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES  | GEN                | 29/09/2016 | CULTURALES | 1         | 10,7        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 19/12/2016 | CULTURALES | 1         | 13,4        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 15/11/2016 | CULTURALES | 1         | 12,7        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 24/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13,1        |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES  | GEN                | 10/04/16   | CULTURALES | 1         | 10,1        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 22/11/2016 | CULTURALES | 1         | 12,4        |
| LO MEJOR DE OPERACION TRIUNFO | GEN                | 11/05/16   | CULTURALES | 1         | 11,4        |
| LAS CLAVES DE EL CASO         | GEN                | 22/03/2016 | CULTURALES | 1         | 10,2        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 12/12/16   | CULTURALES | 1         | 12,9        |
| TVE PRESENTA                  | GEN                | 16/02/2016 | CULTURALES | 1         | 8,9         |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES  | GEN                | 26/09/2016 | CULTURALES | 1         | 10,1        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 29/11/2016 | CULTURALES | 1         | 12,6        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 12/05/16   | CULTURALES | 1         | 13,6        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 16/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13          |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 27/12/2016 | CULTURALES | 1         | 13          |
| LA ANTESALA DEL MINISTERIO    | GEN                | 28/03/2016 | CULTURALES | 1         | 9,1         |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 14/12/2016 | CULTURALES | 1         | 12,7        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 12/01/16   | CULTURALES | 1         | 12,9        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 13/12/2016 | CULTURALES | 1         | 12,6        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 16/02/2016 | CULTURALES | 1         | 11,8        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 11/09/16   | CULTURALES | 1         | 12,4        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 20/12/2016 | CULTURALES | 1         | 12,7        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 25/11/2016 | CULTURALES | 1         | 13,1        |
| LO MEJOR DE OPERACION TRIUNFO | GEN                | 11/12/16   | CULTURALES | 1         | 11,5        |
| AQUI LA TIERRA                | GEN                | 29/12/2016 | CULTURALES | 1         | 13,3        |

|                              |     |            |            |   |      |
|------------------------------|-----|------------|------------|---|------|
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 11/11/16   | CULTURALES | 1 | 13,1 |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES | GEN | 20/09/2016 | CULTURALES | 1 | 9,6  |
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 30/11/2016 | CULTURALES | 1 | 12,1 |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES | GEN | 10/03/16   | CULTURALES | 1 | 9,2  |
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 28/12/2016 | CULTURALES | 1 | 12,7 |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES | GEN | 15/06/2016 | CULTURALES | 1 | 8,9  |
| LAS CLAVES DE EL CASO        | GEN | 19/04/2016 | CULTURALES | 1 | 8,3  |
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 11/02/16   | CULTURALES | 1 | 12,2 |
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 21/12/2016 | CULTURALES | 1 | 12,4 |
| DESAFIA TU MENTE:BRAIN GAMES | GEN | 13/09/2016 | CULTURALES | 1 | 9,2  |
| AQUI LA TIERRA               | GEN | 11/10/16   | CULTURALES | 1 | 12,4 |

*Fuente: Kantar Media*

*Anexo Tabla 25: Ranking La2 de los 50 programas culturales de mayor audiencia*

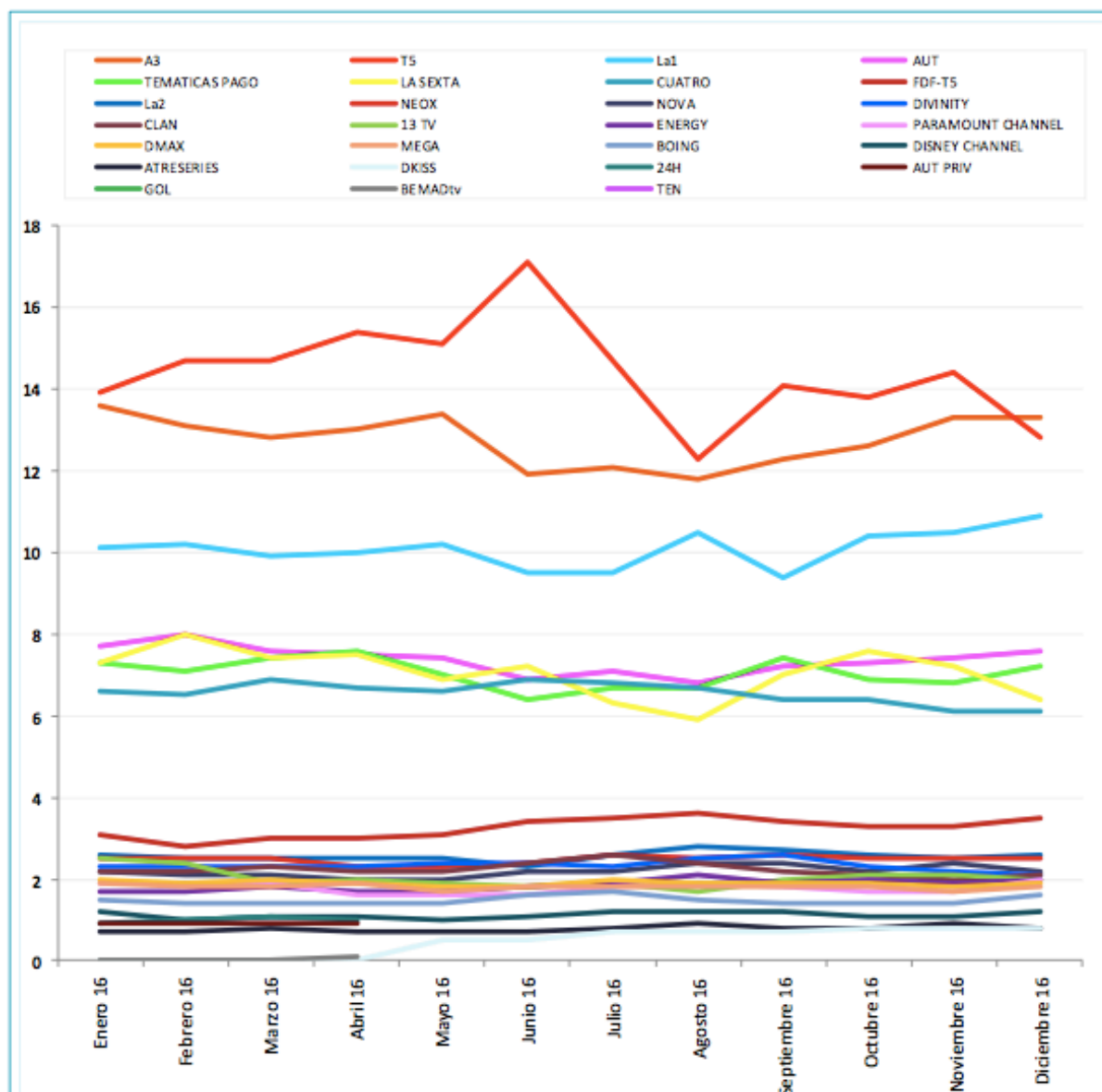
| Título             | Ámbitos de emisión | Fecha      | Emisiones | Cuota       |
|--------------------|--------------------|------------|-----------|-------------|
| <b>Total</b>       |                    |            | <b>50</b> | <b>10,2</b> |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 04/05/16   | 1         | 11,4        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 22/02/2016 | 1         | 10,9        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 18/02/2016 | 1         | 10,5        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/01/16   | 1         | 11,1        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 02/11/16   | 1         | 10,5        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/03/16   | 1         | 11,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 04/04/16   | 1         | 9,9         |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/07/16   | 1         | 10          |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 29/01/2016 | 1         | 10,4        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 15/02/2016 | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 02/10/16   | 1         | 10,1        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 22/01/2016 | 1         | 10          |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 21/11/2016 | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 17/02/2016 | 1         | 10,4        |
| JO POST BALONCESTO | GEN                | 08/09/16   | 1         | 12,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 14/04/2016 | 1         | 10,6        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 13/04/2016 | 1         | 10,6        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 25/02/2016 | 1         | 10,5        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 25/01/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 20/01/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 19/04/2016 | 1         | 9,8         |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 27/01/2016 | 1         | 10,4        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 18/01/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 21/01/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 23/11/2016 | 1         | 9,7         |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 16/02/2016 | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/08/16   | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 04/11/16   | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 19/01/2016 | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/04/16   | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 29/03/2016 | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 24/02/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/02/16   | 1         | 10,1        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 03/10/16   | 1         | 10          |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 02/01/16   | 1         | 10,4        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 20/04/2016 | 1         | 9,8         |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 02/03/16   | 1         | 10,2        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 28/04/2016 | 1         | 10,3        |
| SABER Y GANAR      | GEN                | 15/03/2016 | 1         | 9,8         |

|               |     |            |   |      |
|---------------|-----|------------|---|------|
| SABER Y GANAR | GEN | 25/10/2016 | 1 | 10,5 |
| SABER Y GANAR | GEN | 24/10/2016 | 1 | 9,9  |
| SABER Y GANAR | GEN | 01/07/16   | 1 | 9,2  |
| SABER Y GANAR | GEN | 26/02/2016 | 1 | 9,5  |
| SABER Y GANAR | GEN | 19/10/2016 | 1 | 10,4 |
| SABER Y GANAR | GEN | 03/09/16   | 1 | 9,7  |
| SABER Y GANAR | GEN | 13/01/2016 | 1 | 9,6  |
| SABER Y GANAR | GEN | 01/04/16   | 1 | 9    |
| SABER Y GANAR | GEN | 18/03/2016 | 1 | 9,9  |
| SABER Y GANAR | GEN | 02/12/16   | 1 | 9,4  |
| SABER Y GANAR | GEN | 06/09/16   | 1 | 10,1 |

*Fuente: Kantar Media*



Gráfico 1: evolución mensual por cadenas en el año 2016

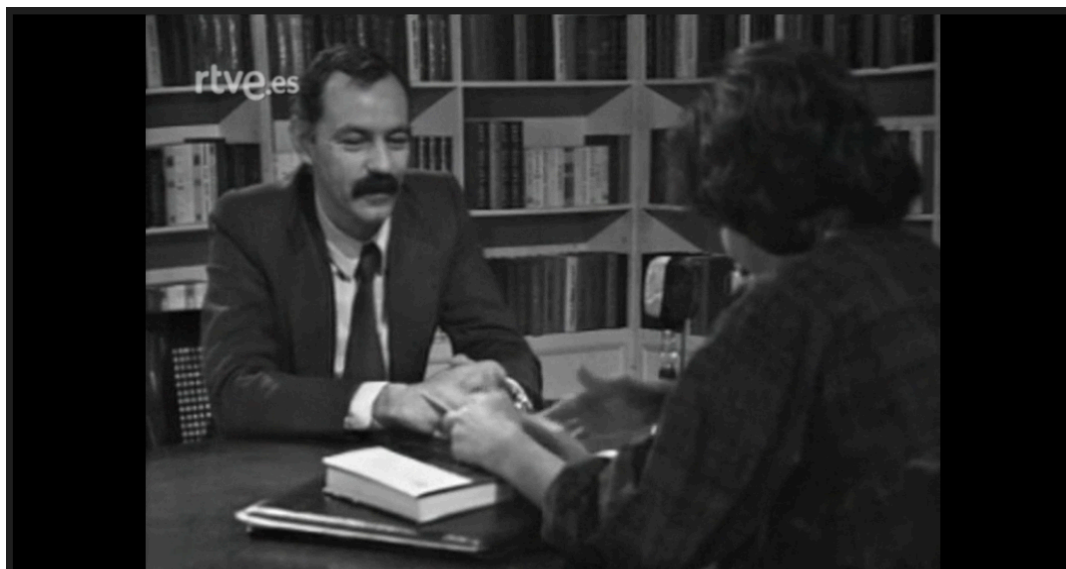


Fuente: Barlovento comunicación a partir de los datos de Kantar Media



## Anexo fotográfico

*Imagen 1: Encuentros con las letras.*



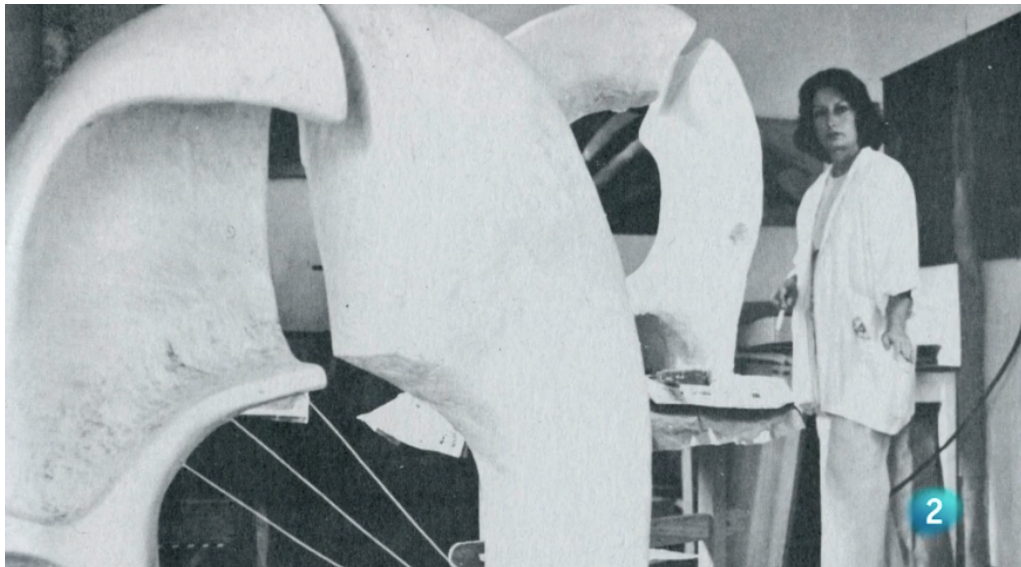
*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 2: La Mandrágora (1999)*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 3: Imprescindibles*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 4: Órbita Laika*



*Fuente: Rtve.es.*

*Imagen 5: La Clave*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 6: El hombre y la Tierra.*



*Fuente: Rtve.es*



*Imagen 7: Grandes Documentales*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 8: El Escarabajo Verde*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 9: Documenta2*



*Fuente: Rtve.es*

*Imagen 10: La aventura del Saber*



*Fuente: Rtve.es*

